

HENKEL HIGHLIGHTS 2023



INHALT

- 2** Über Henkel
- 4** Henkel im Jahr 2023
- 6** Unsere Zukunft gestalten
- 8** Unser Vorstand
- 10** Finanzkennzahlen
- 12** Adhesive Technologies
- 14** Consumer Brands
- 16** Finanzen
- 18** Unsere Mitarbeiter:innen
- 20** Nachhaltigkeit
- 22** Unser Engagement für die Gesellschaft
- 24** 175 Jahre Fritz Henkel

ÜBER HENKEL

Unser Unternehmen wurde 1876 von Fritz Henkel gegründet. Mit unseren Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Consumer Brands halten wir sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft führende Marktpositionen. Unsere starken Marken wie Loctite, Schwarzkopf und Persil sind als Produkte und Technologien fester Bestandteil des Alltags von Menschen in mehr als 100 Ländern.

Unser Unternehmenszweck beschreibt, was uns alle bei Henkel verbindet: *Pioneers at heart for the good of generations*. Wir sind ein diverses Team von rund 47.750 Mitarbeiter:innen weltweit, die jeden Tag ihr Bestes geben, um mit unseren Produkten, Dienstleistungen und Lösungen das Leben zu bereichern und zu verbessern. Unser Unternehmenszweck ist tief verankert in unserer DNA und schreibt unsere Erfolgsgeschichte von Innovation, Verantwortung und Nachhaltigkeit in die Zukunft fort.

UNSERE WERTE

Wir stellen unsere Kunden und Konsument:innen in den Mittelpunkt unseres Handelns.

Wir schätzen, fordern und fördern unsere Mitarbeiter:innen.

Wir streben exzellenten, nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg an.

Wir streben an, unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit stetig auszubauen.

Wir gestalten unsere Zukunft mit ausgeprägtem Unternehmergeist auf der Grundlage unserer Tradition als Familienunternehmen.

UNSER UNTERNEHMENSZWECK

Pioneers at heart
for the good
of generations

UNSERE VISION

Win the 20s
by outperforming
the markets
through innovative
and sustainable
solutions

HENKEL

2023

ERFOLG MIT MARKEN
UND TECHNOLOGIEN SEIT

147

JAHREN

ZWEI
UNTERNEHMENSBEREICHE

**ADHESIVE
TECHNOLOGIES &
CONSUMER
BRANDS**

UNSERE TOP-MARKEN

LOCTITE


Schwarzkopf

Persil

MITARBEITER:INNEN AUS
124 NATIONEN

47.750

ANTEIL WEIBLICHER
FÜHRUNGSKRÄFTE

39,5%

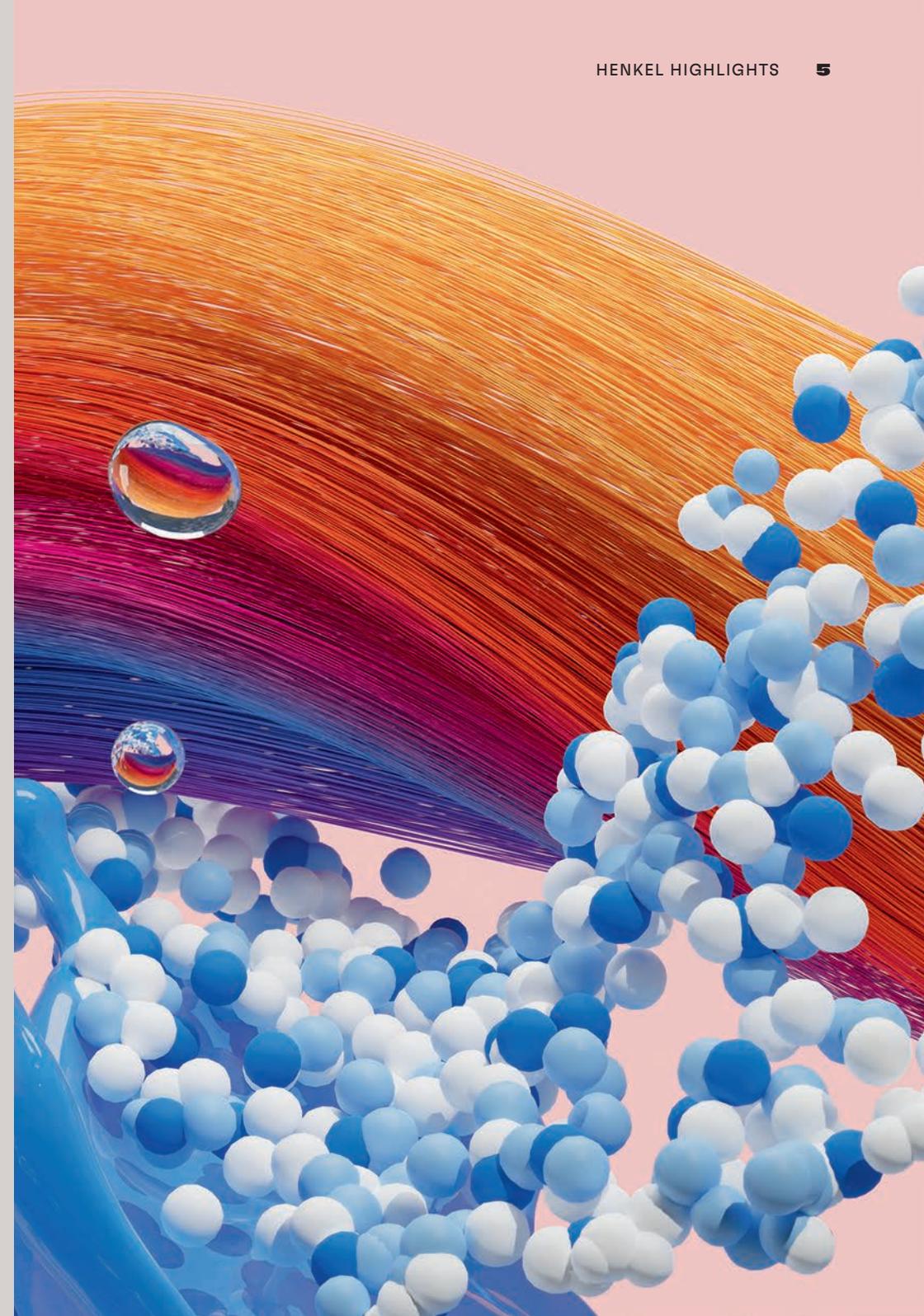
WENIGER CO₂-EMISSIONEN
UNSERER PRODUKTION
PRO TONNE PRODUKT¹

-61%

GESELLSCHAFTLICHE
PROJEKTE

>2.000

¹ Die Kennzahl bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2023 im Vergleich zum Basisjahr 2010.



UNSERE ZUKUNFT **GESTALTEN**

Wir gestalten unsere Zukunft auf der Grundlage eines langfristigen strategischen Rahmens, der auf unserem Unternehmenszweck und unseren Werten basiert.

Mit unserem strategischen Rahmen legen wir einen klaren Fokus auf ganzheitliches Wachstum („Purposeful Growth“). Das bedeutet: Wir wollen herausragenden Wert für Kunden und Konsument:innen schaffen, um das Wachstum unserer Märkte zu übertreffen, unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit stärken und unseren Mitarbeiter:innen die Möglichkeit geben, sich bei Henkel beruflich und persönlich weiterzuentwickeln.

Die Hauptelemente unseres strategischen Rahmens sind ein erfolgreiches Portfolio, klare Wettbewerbsvorteile in den Bereichen Innovation, Nachhaltigkeit und Digitalisierung sowie zukunftsfähige Geschäftsprozesse – aufbauend auf einer starken Unternehmenskultur, in der enge Zusammenarbeit und Gestaltungsspielräume für die Mitarbeiter:innen im Mittelpunkt stehen.

GANZHEITLICHES **WACHSTUM**

ERFOLGREICHES
PORTFOLIO

WETTBEWERBSVORTEILE

INNOVATION

NACHHALTIGKEIT

DIGITALISIERUNG

ZUKUNFTSFÄHIGE
**GESCHÄFTS-
PROZESSE**

KULTUR DER ZUSAMMENARBEIT &
GESTALTUNGSSPIELRAUM FÜR **MITARBEITER:INNEN**

UNSER **VORSTAND**



CARSTEN KNOBEL

Vorsitzender des Vorstands

Geboren in Marburg / Lahn,
Deutschland,
am 11. Januar 1969;
seit 2012 Vorstandsmitglied,
seit 2020 Vorstandsvorsitzender.



MARK DORN

Mitglied des Vorstands
Adhesive Technologies

Geboren in London,
Großbritannien,
am 31. Januar 1973;
seit 2023 Vorstandsmitglied.



SYLVIE NICOL

Mitglied des Vorstands
Personal / Infrastruktur /
Nachhaltigkeit

Geboren in Paris, Frankreich,
am 28. Februar 1973;
seit 2019 Vorstandsmitglied.



WOLFGANG KÖNIG

Mitglied des Vorstands
Consumer Brands

Geboren in Kassel, Deutschland,
am 2. Mai 1972;
seit 2021 Vorstandsmitglied.



MARCO SWOBODA

Mitglied des Vorstands
Finanzen / Einkauf /
Global Business Solutions

Geboren in Velbert,
Deutschland,
am 23. September 1971;
seit 2020 Vorstandsmitglied.

FINANZKENNZAHLEN 2023

UMSATZ

21,5 Mrd €

ORGANISCHES
UMSATZWACHSTUM

4,2%

BEREINIGTES¹
BETRIEBLICHES
ERGEBNIS (EBIT)

2.556 Mio €

BEREINIGTE¹
UMSATZRENDITE
(EBIT-MARGE)

11,9%

BEREINIGTES¹
ERGEBNIS
JE VORZUGSAKTIE

4,35 €

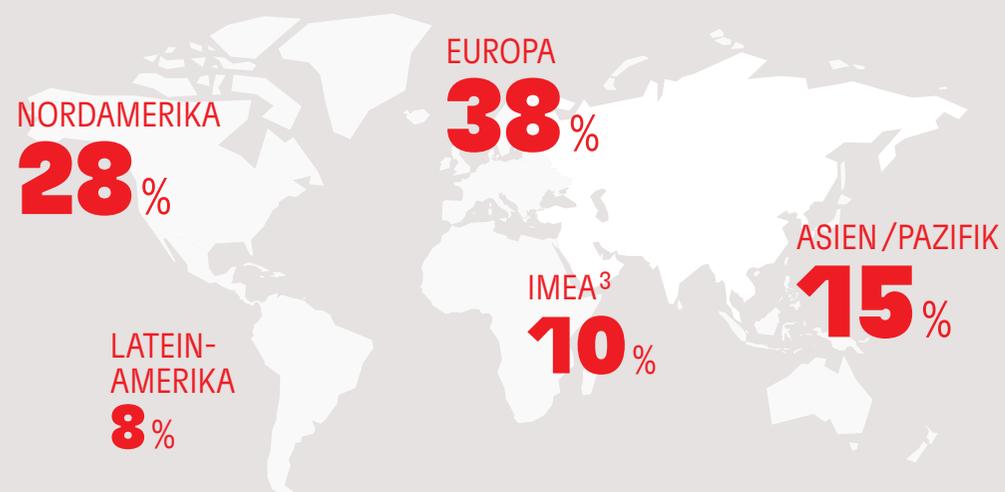
DIVIDENDE
JE VORZUGSAKTIE²

1,85 €

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

² Vorschlag an die Aktionär:innen für die Hauptversammlung am 22. April 2024.

UMSATZ NACH UNTERNEHMENSBEREICHEN

UMSATZ NACH REGIONEN²

¹ Corporate = Umsätze und Leistungen, die nicht den Unternehmensbereichen zugeordnet werden können.

² Inklusive 1% Corporate.

³ Indien, Nahost, Afrika.

ADHESIVE TECHNOLOGIES

Unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist weltweit führend mit Technologien zum Kleben, Dichten und Beschichten – sowohl für industrielle Anwendungen als auch für Konsument:innen und Handwerker:innen. Als Branchen- und Anwendungsexperten in über 800 Fertigungsindustrien arbeiten wir eng mit unseren Kunden und Partnern zusammen. Auf Basis unseres breiten Technologieportfolios und unserer starken Innovationskraft entstehen daraus kontinuierlich maßgeschneiderte Lösungen in den Geschäftsfeldern Mobilität & Elektronik, Verpackungen & Konsumgüter sowie Handwerk, Bau & Gewerbe.

www.henkel.de/adhesive-technologies

TOP-MARKEN

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

KENNZAHLEN 2023

Umsatz

10.790 Mio €

Organisches Umsatzwachstum

3,2%

Bereinigtes¹ betriebliches Ergebnis (EBIT)

1.584 Mio €

Bereinigte¹ Umsatzrendite (EBIT-Marge)

14,7%

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

INVESTITION IN DIE MOBILITÄT *DER* ZUKUNFT

Mit der Eröffnung des Battery Engineering Center im Inspiration Center Düsseldorf unterstreichen wir unsere Stellung als führender Design- und Innovationspartner für Automobilhersteller und Batterieproduzenten im Bereich Elektromobilität.

In den Hightech-Einrichtungen entwickeln wir Batterielösungen der nächsten Generation für Elektrofahrzeuge – und fokussieren uns dabei auf zentrale Innovationsbereiche wie Sicherheit, Nachhaltigkeit, Wärmemanagement, integriertes Batteriedesign und Batteriezellentechnologie.

Unsere Expert:innen können Entwicklungs- und Markteinführungszeiten deutlich verkürzen, weil in den maßgeschneiderten Laboren Materialanwendung, maßstabsgetreue Batteriesystemtests, Simulation und Produktentwicklung unter einem Dach zusammenkommen. So treiben wir heute Lösungen für die E-Mobilität der Zukunft voran.



CONSUMER BRANDS

Anfang 2023 haben wir unsere Konsumentengeschäfte über alle Kategorien hinweg unter einem Dach vereint, darunter viele ikonische Marken wie Persil oder Schwarzkopf und unser erfolgreiches Friseurgeschäft. Unser Unternehmensbereich Consumer Brands ist in den Bereichen Wasch- und Reinigungsmittel, Haar sowie anderen Konsumentengeschäften weltweit aktiv. Zu unserem Portfolio gehören auch Produkte für Friseur:innen, die mit ihren Kreationen neue Trends setzen. In mehr als 60 Ländern arbeiten unsere Expert:innen daran, die Bedürfnisse von Verbraucher:innen mit führender Forschung und Entwicklung, unseren starken Marken sowie innovativen und nachhaltigen Produkten zu erfüllen.

www.henkel.de/consumer-brands

TOP-MARKEN

Persil


Schwarzkopf



KENNZAHLEN 2023

Umsatz

10.565 Mio €

Organisches Umsatzwachstum

6,1%

Bereinigtes¹ betriebliches Ergebnis (EBIT)

1.115 Mio €

Bereinigte¹ Umsatzrendite (EBIT-Marge)

10,6%

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.



VERBRAUCHERTRENDS VERSTEHEN & INNOVATIONEN VORANTREIBEN

Wir möchten die Bedürfnisse unserer Verbraucher:innen weltweit erfüllen und Trends antizipieren, um unsere Marken mit starken Innovationen voranzutreiben. Unser J-Beauty Innovation Hub in Tokio ist der Dreh- und Angelpunkt für Expertise in Bereichen wie Haarfarbinnovationen, Styling, Premium-Haar- und -Kopfhautpflege sowie Lösungen gegen Haarausfall. Fast die Hälfte unserer rund 100 Mitarbeiter:innen beschäftigt sich mit Forschung, was unseren klaren Fokus auf Innovationen zeigt.

Unsere ikonische Marke Perwoll setzt auf innovative Produktformeln, die Fasern sanft und effektiv reinigen. Dabei steht die Langlebigkeit von Textilien im Fokus. Das unterstreicht auch die Initiative #RethinkFashion, mit der sich Perwoll für bewussteren Umgang mit Kleidung – vom nachhaltigeren Design bis hin zum bewussteren Konsum – einsetzt.



FINANZEN

In einem volatilen Marktumfeld ermöglichen effiziente und flexible Prozesse die erfolgreiche Entwicklung unserer Unternehmensbereiche. In unserer globalen Finanzfunktion steuern wir daher unsere Arbeitsabläufe ganzheitlich und integriert: im Finanzmanagement, im Einkauf und im Bereich Global Business Solutions mit unseren Shared Service Centern weltweit.

Die Digitalisierung erhöht dabei die Effizienz und Flexibilität, generiert neue Erkenntnisse und fördert die weltweite Kommunikation. So können wir noch besser und schneller auf die zunehmende Dynamik in unseren Märkten sowie auf neue Konsumentenbedürfnisse reagieren und in unsere Geschäfte für zukünftiges Wachstum investieren.

www.henkel.de/investor-relations

KENNZAHLEN 2023

Akquisitionen / Investitionen

1.120 Mio €

Free Cashflow

2.603 Mio €

Anteil des Anleiheportfolios mit Nachhaltigkeitsbezug¹

~80%

Einkaufsvolumen²

14,6 Mrd €

Mitarbeiter:innen in Global Business Solutions

~3.600

¹ Basierend auf Emissionsvolumen.

² Direkte und indirekte Materialien sowie Dienstleistungen.



GLOBAL WERT SCHAFFEN MIT GBS+

Unsere Global Business Solutions (GBS+)-Organisation unterstützt die Teams von Henkel seit mehr als 20 Jahren. Die Reise begann mit 20 Mitarbeiter:innen, die sich ausschließlich auf transaktionale Finanzdienstleistungen konzentrierten. Heute fungiert GBS+ als innovatives Kompetenzzentrum mit circa 3.600 Expert:innen aus 50 Nationen, die in sieben globalen Zentren tätig sind. Als starker Partner arbeitet das Team mit allen Unternehmensbereichen und Funktionen zusammen und bietet maßgeschneiderte und effiziente Expertenlösungen.

GBS+ ist ein integraler Bestandteil von Henkel und umfasst Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette beispielsweise in den Bereichen Finanzen, Einkauf, Personal und digitales Marketing. Dabei setzt GBS+ neue Technologien wie künstliche Intelligenz und digitale Automatisierungslösungen ein. Mehrere unserer GBS+-Standorte wurden in den letzten Jahren wiederholt als Top-Arbeitgeber in der Kategorie Global Business Solutions ausgezeichnet.

UNSERE MITARBEITER:INNEN

Unser globales Team, das aus rund 47.750 Mitarbeiter:innen mit unterschiedlichen Hintergründen, Erfahrungen und Fähigkeiten besteht, ist die Grundlage für unseren Erfolg.

Unternehmergeist hat bei uns Tradition: Wir haben den Mut, Dinge zu verändern und uns ständig zu verbessern. Gemeinsam suchen wir nach neuen Wegen, mit unseren innovativen und nachhaltigen Marken und Technologien das Leben zu gestalten und zu bereichern.

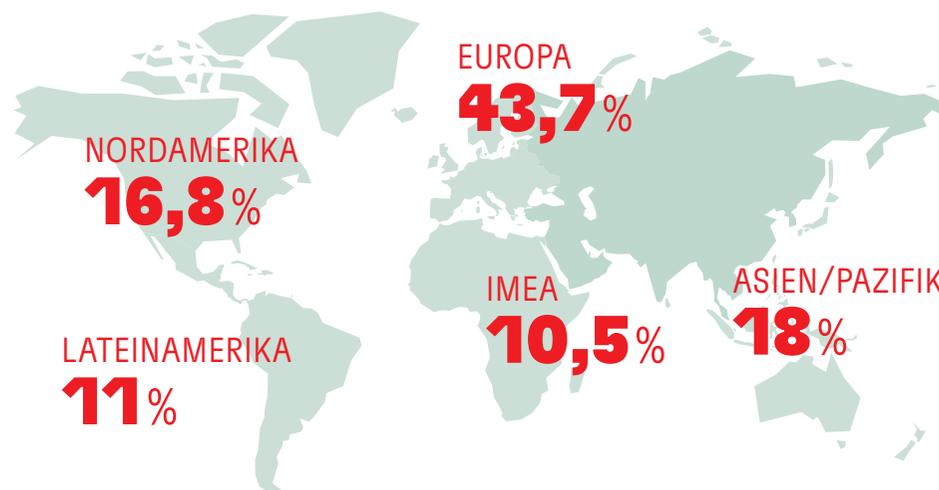
Daher bieten wir unseren Mitarbeiter:innen viele Möglichkeiten, zu lernen, vielfältige Erfahrungen zu sammeln und sich so beruflich und persönlich weiterzuentwickeln.

www.henkel.de/karriere

MITARBEITER:INNEN NACH TÄTIGKEITSBEREICHEN¹



MITARBEITER:INNEN NACH REGIONEN¹



MITARBEITER:INNEN AUS 124 NATIONEN

47.750

ANTEIL WEIBLICHER FÜHRUNGSKRÄFTE

39,5%

¹ Stand: 31.12.2023.



PIONIER FÜR GESCHLECHTERNEUTRALE ELTERNZEIT

Bei Henkel fördern wir eine Kultur der Zugehörigkeit und streben nach Chancengerechtigkeit, um das volle Potenzial unserer Vielfalt auszuschöpfen. Dazu gehört auch der gleichberechtigte Zugang zu Angeboten für all unsere Kolleg:innen. Aus diesem Grund führen wir eine globale Leitlinie für eine geschlechterneutrale Elternzeit von acht Wochen für alle unsere Mitarbeiter:innen ein. So erhalten beide Elternteile die Flexibilität, eine vollständig bezahlte Elternzeit zu nehmen, die sich nach der Rolle der Betreuungsperson richtet und nicht nach dem Geschlecht oder danach, ob sie Adoptiv- oder biologische Eltern sind.

Wir wollen unserem Anspruch an Diversity, Equity & Inclusion gerecht werden, indem wir den gleichberechtigten Zugang zu Angeboten wie Elternzeit und Betreuungsleistungen weltweit einheitlich fördern. So erhöhen wir unsere Arbeitgeberattraktivität und steigern unsere Wettbewerbsfähigkeit.



NACHHALTIGKEIT

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie spiegelt den Anspruch unseres Unternehmens auf ganzheitliches Wachstum wider. Wir wollen transformativen Wandel vorantreiben, indem wir mehr Wert für unsere Stakeholder schaffen und unser Geschäft wirtschaftlich erfolgreich und verantwortungsvoll weiterentwickeln. Mit unserem Pioniergeist, unserem Wissen, unseren Produkten und Technologien möchten wir Tag für Tag den Alltag bereichern und eine lebenswerte Zukunft für kommende Generationen gestalten. Nachhaltiges Wirtschaften ist nicht nur seit Jahrzehnten fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur, sondern ein zentrales Element unserer Vision der Zukunft.

www.henkel.de/nachhaltigkeit

AUSGEZEICHNETE PERFORMANCE IN RATINGS UND RANKINGS



WENIGER CO₂-EMISSIONEN IN UNSERER PRODUKTION PRO TONNE PRODUKT¹

-61%

ANTEIL UNSERES STROMEINKAUFS AUS ERNEUERBAREN QUELLEN

89%

WASSERVERBRAUCH PRO TONNE PRODUKT¹

-24%

VERBESSERUNG DES LEBENS VON MENSCHEN WELTWEIT

3,54 Mio

¹ Die Kennzahlen beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2023 im Vergleich zum Basisjahr 2010.

MEHR KLIMASCHUTZ IN DER PRODUKTION

Im Rahmen unseres „2030+ Sustainability Ambition Framework“ wollen wir bis 2030 klimapositiv in unserer Produktion werden. Klimapositivität in der Produktion bedeutet für uns, dass wir überschüssige klimaneutrale Energie, die Henkel nicht für eigene Zwecke benötigt, an Dritte liefern. Damit vermeiden wir Emissionen aus unseren eigenen Aktivitäten und ermöglichen auch, Dritte mit CO₂-neutraler Energie zu versorgen.

Im Jahr 2023 haben wir den Weg zur CO₂-neutralen Produktion an unseren weltweiten Standorten erfolgreich fortgesetzt, zum Beispiel in unserer Produktion im Werk in Montornès del Vallès in Spanien, das mit Solarenergie und Biogas versorgt wird. Wir konzentrieren uns darauf, den Einsatz von Strom aus erneuerbaren Quellen zu erhöhen und modernste Technologien zur Erzeugung von Wärmeenergie ohne fossile Brennstoffe zu implementieren.

UNSER ENGAGEMENT FÜR DIE GESELLSCHAFT

Freiwilliges gesellschaftliches Engagement ist seit der Gründung von Henkel ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Gemeinsam mit Mitarbeiter:innen und Pensionär:innen, Kunden, Verbraucher:innen und gemeinnützigen Organisationen setzen wir uns weltweit in unserem gesellschaftlichen Umfeld ein. Unsere Aktivitäten beruhen auf drei Säulen: freiwilliges ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter:innen und Pensionär:innen, gesellschaftliche Partnerschaften und Nothilfe. Unser übergreifendes Ziel, im Rahmen dieses Engagements 30 Millionen Menschen bis 2030 zu erreichen, haben wir bereits jetzt übertroffen.

www.henkel.de/spotlight/soziales-engagement



EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT

Durch unsere Ehrenamts-Initiative „Miteinander im Team“ (MIT) unterstützen wir weltweit das freiwillige und ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter:innen und Pensionär:innen.



GESELLSCHAFTLICHE PARTNERSCHAFTEN

Mithilfe von Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen fördern wir an Henkel-Standorten weltweit gesellschaftliche Initiativen und öffentliche Einrichtungen. Ziel ist hierbei, die Zukunftsfähigkeit der Gesellschaft durch Bildung zu fördern.



NOTHILFE

Henkel unterstützt Menschen, die sich aufgrund von Krisen, Konflikten oder Naturkatastrophen in einer Notsituation befinden, in Form von Finanz- und Produktspenden sowie bezahlter Freistellung von Mitarbeiter:innen, schnell und unbürokratisch und bietet Soforthilfe in Zusammenarbeit mit der Fritz Henkel Stiftung an.

25 JAHRE „MITEINANDER IM TEAM“

Als „Pioneers at heart for the good of generations“ unterstützen wir Menschen weltweit und wollen dazu beitragen, eine lebenswerte und nachhaltige Zukunft zu gestalten. Mit unserer Ehrenamts-Initiative „Miteinander im Team“ (MIT) wird das Engagement von Mitarbeiter:innen und Pensionär:innen in sozialen Projekten gefördert. Die Initiative besteht bereits seit 25 Jahren und unterstützte weltweit bisher über 18.000 Projekte in mehr als 100 Ländern.

Zum Jubiläum haben wir eine Vielzahl von Möglichkeiten angeboten, sich sozial zu engagieren. Unter dem Motto #ZusammenUnschlagbar setzt sich die Veranstaltung der Special-Olympics-Bewegung für Inklusion, Gleichberechtigung und Akzeptanz von Menschen mit geistiger und mehrfacher Behinderung ein. Zusätzlich zu unserer bereits langjährigen Unterstützung auf regionaler Ebene war 2023 ein internationales Henkel-Team aus mehr als 60 freiwilligen Helfer:innen in Berlin bei den Special Olympics World Games vor Ort, um die Athlet:innen zu ermutigen und Mauern für eine inklusivere Gesellschaft zu durchbrechen.



175 JAHRE FRITZ HENKEL

Vor 175 Jahren wurde unser Unternehmensgründer Fritz Henkel geboren. Mit Mut, Entschlossenheit und großem unternehmerischem Geschick legte er den Grundstein für eines der bedeutendsten deutschen Familienunternehmen. Fritz Henkel war durch und durch Unternehmer und ein Pionier. Er verließ bekannte Pfade, um neue Wege zu gehen. Für seine Produkte setzte er von Beginn an auf neueste wissenschaftliche Erkenntnisse sowie auf hohe Qualität und innovative Werbung. Zugleich stand er für Verantwortung und Fürsorge für seine Mitarbeiter:innen.

Seine Ideen, Leistungen und Werte haben unser Unternehmen geprägt. Sie inspirieren und leiten uns. Heute und auch in Zukunft.

www.fritz-henkel.de



Am 26. September 1876 gründete Fritz Henkel mit zwei Partnern die Firma Henkel & Cie in Aachen. Bereits zwei Jahre später verlegte er das Unternehmen nach Düsseldorf.



DÜSSELDORF-HOLTHAUSEN
1927



Fritz Henkel war überzeugt, dass es seinem Unternehmen und ihm nur gut gehe, wenn es auch seinen Mitarbeiter:innen gut geht. Seine Haltung prägte die Personal-, Lohn-, aber auch die Sozialpolitik des Unternehmens und hatte wesentlichen Anteil daran, dass Henkel aus den schweren Krisen der Zeit gestärkt hervorgegangen ist.



GRUNDLAGEN DES ERFOLGS

Die Markteinführung von Persil als erstem selbsttätigem Waschmittel revolutionierte 1907 die Arbeit in der Waschküche und machte Henkel zum unangefochtenen deutschen Waschmittel-Marktführer.

Fritz Henkel verfolgte schon früh eine intensive Werbestrategie, um die Verbraucher:innen auf seine Produkte aufmerksam zu machen. Neben klassischen Werbeformen wie Plakate oder Zeitungsanzeigen ging Fritz Henkel von Anfang an auch ungewöhnliche Wege. Ob mit Lichtreklamen, Filmen oder Persil-Uhren: Henkel bediente sich stets dieser neuartigen Werbemethoden mit einem sicheren Gefühl für ihre Wirkung.



KLEBSTOFFPRODUKTION ALS ERFOLGSGESCHICHTE

Die Klebstoffproduktion begann 1922 zunächst nur für den Eigenbedarf. Die Klebstoffe wurden allerdings schon seit 1923 an benachbarte Unternehmen verkauft. Henkel etablierte sich so in einem neuen Geschäftsbereich – der Beginn einer weltweiten Erfolgsgeschichte.



„DAS BESTE, DAS DURCH MEIN WERK GEMACHT WURDE, IST NICHT MEINEN GEDANKEN ENTSPRUNGEN, SONDERN MEINEN MITARBEITERN IM GEGENSEITIGEN ZUSAMMENARBEITEN.“



Unternehmensgründer Fritz Henkel blickt zum 50. Firmenjubiläum auf sein Lebenswerk zurück, 1926

**DARE
TO MAKE
AN IMPACT?**

BEI HENKEL WAGEN WIR ES, DIE DINGE ZU VERÄNDERN.

Bei Henkel treffen neueste Technologien auf Konsumgüter. Wir bieten dir die Möglichkeit, das Leben von Menschen zu verbessern, führende Marken zu revolutionieren und unser leistungsstarkes Business weltweit voranzutreiben. Eine Karriere bei uns heißt, zu einer nachhaltigen Zukunft beizutragen. Wachse über dich hinaus in unserer dynamischen und vielfältigen Kultur von Vertrauen und Zugehörigkeit! Wir lieben die, die mutig genug sind, mit neuen Ideen etwas zu verändern.

www.henkel.de/karriere



MEHR ÜBER HENKEL

Unsere Webseite:

www.henkel.de

Unsere Finanzpublikationen:

www.henkel.de/berichte

Unsere Nachhaltigkeitsberichte:

www.henkel.de/nachhaltigkeit/berichte

Unser Karriere-Bereich:

www.henkel.de/karriere

HENKEL AUF SOCIAL MEDIA



www.linkedin.com/company/henkel

www.instagram.com/henkel

www.facebook.com/henkel

www.twitter.com/henkel

www.youtube.com/henkel

SPOTLIGHT-MAGAZIN

Weitere Geschichten, Experteninterviews, Themenwelten und Gastbeiträge gibt es in unserem digitalen Magazin „Spotlight“:

www.henkel.de/spotlight



„Fritz for Future“ ist der Nachhaltigkeits-Podcast von Henkel. Wir treffen hier Menschen, die zeigen, wie es gehen kann: nachhaltig wirtschaften, gründen, denken.

www.henkel.de/spotlight/fritz-for-future

IMPRESSUM

Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA
40191 Düsseldorf
Telefon: +49 (0) 211 / 797-0

© 2024 Henkel AG & Co. KGaA

Design und Realisierung

RYZE Digital
www.ryze-digital.de

Fotografie

Mike Aad; Tobias Ebert; Henkel Archiv;
Kazuya Hokari; Pat Kiniry; Marianna Massey
via Getty Images; Nils Hendrik Müller;
Caroline Prange; Sebastian Stiphout

Lektorat

Thomas Krause, Krefeld

PR-Nr.: 03 24 1200

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich bei den in dieser Publikation genannten Zeichen um eingetragene Marken der Henkel-Gruppe mit Schutz in Deutschland und in anderen Ländern.