



NACHHALTIGKEIT
AUF EINEN BLICK

20
22

Henkel

INHALT

- 2 Transformation for good
- 4 Wer wir heute sind
- 6 Beiträge zu den SDGs
- 8 Unsere Nachhaltigkeitsstrategie mit Zielen und Ambitionen
- 10 Natur
- 16 Gemeinschaft
- 22 Partner

TRANSFORMATION FOR GOOD

Unser Unternehmenszweck beschreibt, was uns alle bei Henkel verbindet: „Pioneers at heart for the good of generations“. Mit unserem Pioniergeist, unserem Wissen, unseren Produkten und Technologien wollen wir Tag für Tag das Leben der Menschen bereichern und verbessern sowie eine lebenswerte Zukunft für kommende Generationen gestalten.

Unser 2030+ Sustainability Ambition Framework setzt den Rahmen für unsere globale Nachhaltigkeitsstrategie, mit klaren Ambitionen und Zielen, die wir in diesem Jahrzehnt erreichen wollen.

Der Blick nach vorne und der gemeinsame Wille zur Veränderung für zukünftige Generationen sind das, was uns antreibt und was uns auch im Jahr 2022 geholfen hat, Nachhaltigkeit weiter in unser Geschäft zu verankern.

„Für die Zukunft sind wir gut gerüstet: Nachhaltigkeit ist fest in unserer Geschäftsstrategie verankert und wird durch unseren Unternehmenszweck gelebt. Auf dieser Grundlage werden wir weitergehen!“

SYLVIE NICOL

Mitglied des Vorstands
Personal/Infrastruktur-Services



WER WIR HEUTE SIND: **HENKEL AUF EINEN BLICK**

FÜHRENDE
POSITIONEN IM

**INDUSTRIE- &
KONSUMENTEN-
GESCHÄFT**

UNSERE TOP-MARKEN

LOCTITE


Schwarzkopf

Persil



51.200 **124**
Mitarbeiter:innen Länder

166

PRODUKTIONSSTÄNDE
WELTWEIT

22,4 Mrd. €

UMSATZ

SITZ IN

Düsseldorf

56

ANZAHL LÄNDER, IN DENEN
WIR TÄTIG SIND

LANGE TRADITION



1903

**ERSTES WASSER-
LÖSLICHES
PULVERSHAMPOO**

Das erste in Wasser lösliche Pulver-shampoo „Shampoo mit dem Schwarzen Kopf“ ist eine einfache und preiswerte Alternative zu den groben Seifen und teuren Ölen.



1907

**ERSTES
SELBSTTÄTIGES
WASCHMITTEL**

Das weltweit erste selbsttätige Waschmittel Persil erspart das bisherige mühevoll und das Gewebe angreifende Reiben von Hand.



1940

**ERSTER HENKEL-
WERKSKINDER-
GARTEN**

Der erste Werks-kindergarten für die Kinder unserer Mitarbeiter:innen wird in Düsseldorf-Holthausen eröffnet.



1959

**KONTROLLE
DER WASSER-
QUALITÄT
IM RHEIN**

Seit 1959 führt Henkel regelmäßig ökologische Gütekontrollen bei Wasch- und Reinigungsmitteln durch.

1969

**WELTWEIT
ERSTER
KLEBESTIFT**

Henkel erfindet den weltweit ersten Klebestift und nutzt für die Verpackung den „Herausdrehmechanismus“ eines Lippenstifts.



1992

**VERÖFFENT-
LICHUNG
ERSTER UMWELT-
BERICHT**

Henkel veröffentlicht den ersten Umweltbericht, welcher sich fortlaufend zum heutigen Nachhaltigkeitsbericht entwickelt hat.

BEITRÄGE ZU DEN SDGS

Bei Henkel unterstützen wir die **17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (SDGs)** der Vereinten Nationen. Wir glauben, dass sie gemeinschaftliches Handeln fördern und den Fortschritt in Richtung Nachhaltigkeit beschleunigen werden. Dabei sind beispielhaft nachhaltiger Konsum, Verpackungen und Plastik, Klimaschutz, Wasser, Natur, Menschenrechte, Chancengerechtigkeit sowie Bildung wichtige Themenfelder für unsere Arbeit.

Die folgenden Beispiele illustrieren, wie wir zur Umsetzung der **SDGs** beitragen.



FÜR KLIMASCHUTZ ENGAGIEREN

Angesichts der dringenden Notwendigkeit, CO₂-Emissionen zu senken, ist es unsere Ambition, bis 2030 klimapositiv in der Produktion zu werden sowie Fortschritte in weiteren relevanten Bereichen unserer Wertschöpfungskette zu erzielen. Auf dem Weg dorthin wollen wir den CO₂-Fußabdruck unserer Produktion bis 2025 um 65 Prozent senken. Zudem sind wir bestrebt, 100 Prozent des zu beschaffenden Stroms bis 2030 aus erneuerbaren Quellen zu beziehen. Wir möchten außerdem das Potenzial unserer Marken und Technologien nutzen, indem wir unsere Kunden, Verbraucher:innen und Lieferanten dabei unterstützen, 100 Millionen Tonnen CO₂ im Zeitraum 2016 bis 2025 einzusparen.



NACHHALTIGEN KONSUM FÖRDERN

Wir unterstützen das Ziel, einen nachhaltigen und ressourcenschonenden Konsum zu fördern. Der Schlüssel dazu sind unsere Produkte und Technologien, denn sie werden täglich millionenfach in Haushalten und industriellen Prozessen eingesetzt. Wir konzentrieren uns auf die Entwicklung von Produkten, die Ressourceneffizienz im täglichen Gebrauch ermöglichen. Durch gezielte Kommunikation streben wir zudem ein verantwortungsbewusstes Verhalten beim Einsatz unserer Produkte an. Dies ist wichtig, da der ökologische Fußabdruck vieler unserer Produkte in der Nutzungsphase beeinflusst wird.



ABFALL IN CHANCEN VERWANDELN

In Zusammenarbeit mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank stellen wir uns zudem der globalen Herausforderung einer Kreislaufwirtschaft. Die Idee von Plastic Bank ist, Plastikabfall in der Natur zu reduzieren sowie gleichzeitig Menschen in Armut neue Chancen zu bieten. Henkel hat bereits 2017 als erstes großes globales Konsumgüterunternehmen begonnen, mit Plastic Bank zusammenzuarbeiten, und diese Partnerschaft im Jahr 2019 um weitere fünf Jahre verlängert. Im Jahr 2022 unterstützten wir so weiterhin das Engagement von Plastic Bank in Ägypten, die lokale Recycling-Infrastruktur auszubauen.



GUTE BILDUNG ERMÖGLICHEN

Wir haben das Ziel, den Zugang zu qualitativ hochwertiger Bildung zu fördern und die Anzahl Jugendlicher und Erwachsener mit einschlägigen Kompetenzen und Fähigkeiten zu erhöhen. Die Schwarzkopf „Million Chances“-Initiative unterstützt Frauen und Mädchen, Grundsteine für eine erfolgreiche Zukunft zu legen. Das langjährige Projekt „Shaping Futures“ ermöglicht Jugendlichen, eine Ausbildung in den Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen. Als Hauptförderer von „Teach First Deutschland“ unterstützen wir ferner das Engagement von Hochschulabsolvent:innen, die in Schulen in benachteiligten Gemeinden und sozialen Brennpunkten als zusätzliche Lehrkräfte Schülern und Schülerinnen helfen.



NACHHALTIGES PALMÖL FÖRDERN

Als Teil unserer Verantwortung wollen wir nachhaltige Praktiken in der Palmölindustrie – entlang der gesamten Wertschöpfungskette – unterstützen. Durch die Förderung von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl tragen wir dazu bei, Wälder nachhaltig zu bewirtschaften und Abholzung zu vermeiden. Wesentlich ist bei unserem Engagement die Zusammenarbeit mit Vertreter:innen der gesamten Branche. So wollen wir die Verfügbarkeit von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl auf dem Markt beispielsweise durch Kooperationsprojekte erhöhen, die es Kleinbauern und -bäuerinnen ermöglichen, ihre Ernten als nachhaltig zertifizieren zu lassen, ihre Produktivität zu steigern und so ihre Existenzgrundlage zu verbessern.



UNSERE NACHHALTIGKEITS- STRATEGIE MIT ZIELEN UND AMBITIONEN

Wir haben im Jahr 2022 unser neues **2030+ Sustainability Ambition Framework** veröffentlicht, das wir mit dem hohen Anspruch verknüpfen, einen „Transformational Impact for the Good of Generations“ zu erreichen. Dabei haben wir die drei Dimensionen von ESG in unsere Vision von Nachhaltigkeit einbezogen und unsere Schwerpunkte definiert: **Natur**, **Gemeinschaft** und **Partner**.

Unser Nachhaltigkeitsstrategie spiegelt den klaren Fokus unseres Unternehmens auf „**ganzheitliches Wachstum**“ wider. Wir wollen die Transformation zu einer nachhaltigen Wirtschaft und Gesellschaft aktiv fördern, helfen, die Natur zu schützen und zu regenerieren, zu starken Gemeinschaften beitragen und das Vertrauen unserer Stakeholder stärken.

Nachhaltiges Wirtschaften ist seit Jahrzehnten fester Bestandteil unserer **Unternehmenskultur** und zentrales Element unserer Vision der Zukunft. Mit diesem jüngsten Schritt werden wir Maßnahmen und Projekte umsetzen, die praktische Fortschritte erzielen – und einen transformativen Einfluss zum Wohle der Generationen haben.

2030+ SUSTAINABILITY AMBITION FRAMEWORK

UNSER UNTERNEHMENSZWECK
Pioneers at heart for the good of generations.

TRANSFORMATIONAL IMPACT FOR THE GOOD OF GENERATIONS



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.



KREISLAUFWIRTSCHAFT

Geschlossene Materialkreisläufe durch unsere Produkte, Verpackungen und Technologien fördern.



NATÜRLICHE RESSOURCEN

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



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.



BILDUNG

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



WOHLERGEHEN

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



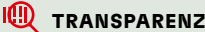
PARTNER

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.



TRANSPARENZ

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



ZUSAMMENARBEIT

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

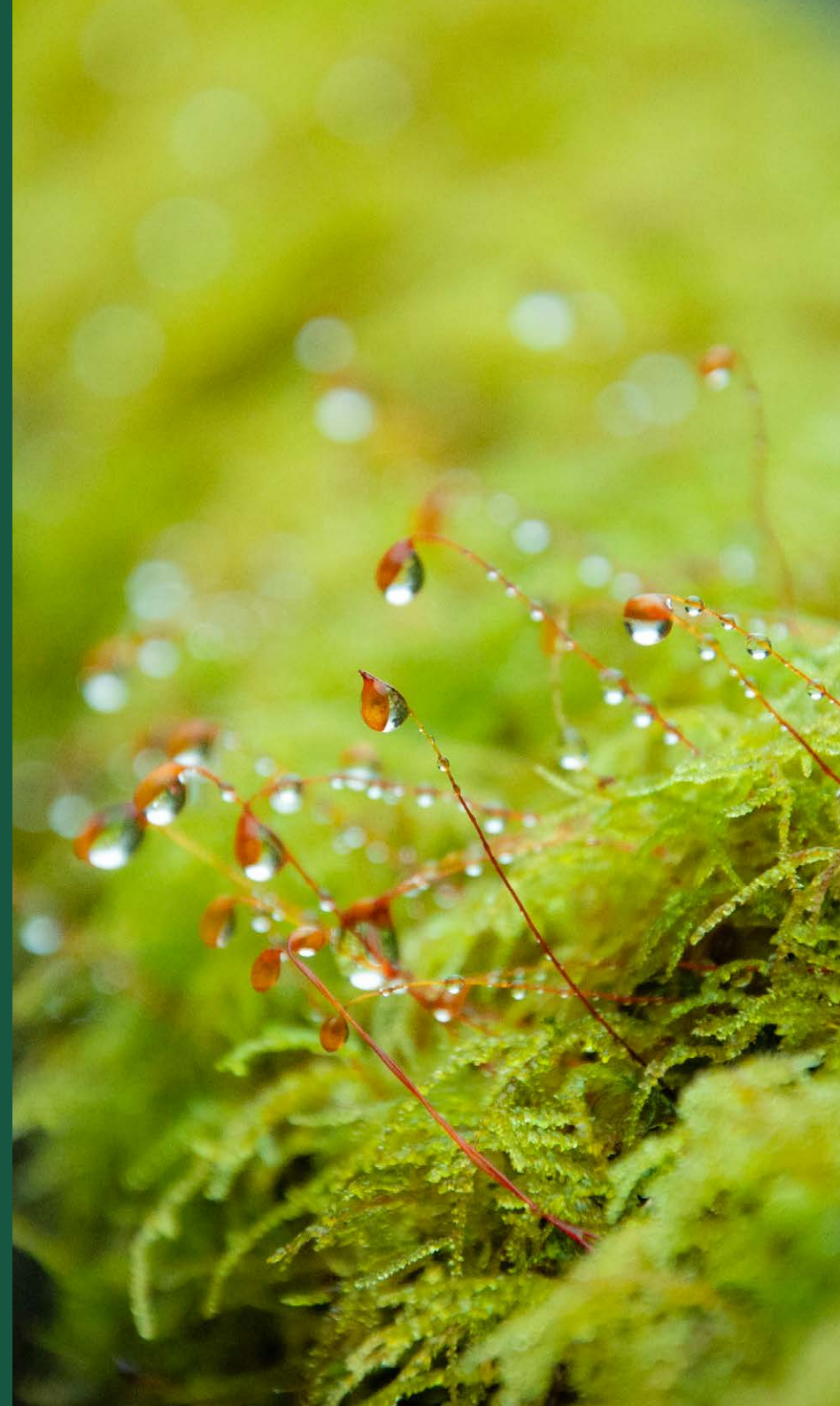
PRODUKTE

MENSCHEN

PARTNERSCHAFTEN

NATUR

Wir sind auf dem Weg zu einer ökologischen Transformation unseres Geschäftsmodells. Dafür werden wir unsere Prozesse, Produkte und Rohstoffe in Richtung einer ressourcenschonenden und klimaneutralen Zukunft umgestalten. Wir setzen dabei auf Maßnahmen zur Eindämmung des Klimawandels, eine funktionierende Kreislaufwirtschaft und den Schutz der Natur und der biologischen Vielfalt.





KLIMA

Ein klimaneutrales Unternehmen werden durch Dekarbonisierung unserer Prozesse und Rohstoffe.



KREISLAUFWIRTSCHAFT

Geschlossene Materialkreisläufe durch unsere Produkte, Verpackungen und Technologien fördern.



NATÜRLICHE RESSOURCEN

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

ZIELE UND AMBITIONEN

100%

der Verpackungen für Recycling¹ oder Wiederverwendbarkeit konzipieren²



CO₂

KLIMAPOSITIV IN UNSERER PRODUKTION³

-30%

CO₂-Emissionen von Rohstoffen und Verpackungen pro Tonne Produkt (vs. 2017)³

KREISLAUFBEWIRTSCHAFTUNG VON ABFALLSTOFFEN DER PRODUKTION³



-50%

Produktionsabfall pro Tonne Produkt (vs. 2010)²

KREISLAUFBEWIRTSCHAFTUNG VON WASSER AN RELEVANTEN PRODUKTIONSSTANDORTEN³

-35%

WASSER-VERBRAUCH PRO TONNE PRODUKT (VS. 2010)²

-100 Mio.

Tonnen CO₂ mit Kunden, Verbraucher:innen und Lieferanten (2016–2025)

>30%

Anteil an recyceltem Kunststoff für alle Verpackungen unserer Konsumgüterprodukte²

100%

Palm(kern)öl, dessen verantwortungsvolle Beschaffung zertifiziert oder extern bestätigt ist²

¹ Mit Ausnahme von Produkten, bei denen Bestandteile oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

² bis 2025

³ bis 2030

KLIMA

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Wir haben uns verpflichtet, das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens zu erreichen. Wir bei Henkel sind ständig bestrebt, den CO₂-Fußabdruck unserer Produktion zu verringern, und entwickeln Produkte und Technologien, die bei ihrer Verwendung weniger Emissionen verursachen.

🔗 Weitere Informationen finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2022, Seite 35



ERNEUERBARE ENERGIE

Henkel und das spanische Energieunternehmen IGNIS haben einen virtuellen Stromabnahmevertrag mit einer Laufzeit von 10 Jahren für die Versorgung mit erneuerbarer Energie abgeschlossen. Die vereinbarte Strommenge von rund 200 GWh pro Jahr, die in das öffentliche Stromnetz eingespeist wird, entspricht dem Bedarf von mehr als 40 Produktionsstandorten von Henkel in Europa.

Bis Ende 2022 haben wir 23 Länder vollständig auf 100 Prozent erneuerbaren Strom umgestellt und den Anteil unseres eingekauften Stroms aus erneuerbaren Quellen auf 70 Prozent erhöht.

KONSUMENTEN-BEWUSSTSEIN

Mit gezielten Kommunikationsmaßnahmen ermuntern wir unsere Konsument:innen zum Energiesparen bei der Verwendung unserer Produkte. Mit dem Logo „sei nachhaltig – wasche kalt“ auf unseren Waschmittelverpackungen machen wir die Verbraucher:innen auf dieses Thema aufmerksam. Das Einsparpotenzial ist enorm: Würde bei allen Waschladungen mit unseren Vollwaschmitteln auf das Aufheizen des Wassers verzichtet, könnten damit jährlich rund 6,1 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen vermieden werden.



Die Entkopplung des Wirtschaftswachstums vom Verbrauch endlicher, natürlicher und fossiler Ressourcen und die Entwicklung hin zu einer Kreislaufwirtschaft gehören zu den zentralen Ansätzen einer nachhaltigen Wertschöpfung. Wir unterstützen diesen Übergang und integrieren Kreislaufwirtschaft in unsere Produktionsstandorte – und arbeiten mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette zusammen.

🔗 Weitere Informationen finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2022, Seite 50

RELAUNCH DER HAARPFLEGE-MARKE SCHAUMA

Schauma-Shampoos und -Spülungen wurden im Jahr 2022 neu aufgelegt. Die PE-Flaschenkörper bestehen nun zu 50 Prozent und die PET-Flaschenkörper zu mindestens 98 Prozent aus recyceltem Kunststoff. Alle Flaschenkörper wurden zudem gewichtsreduziert und die Verschlüsse bestehen zu 25 Prozent aus recyceltem Kunststoff.



RECYCLINGFÄHIGKEIT ERMÖGLICHEN

Unsere innovativen Klebstoffe ermöglichen es, hochwertige Materialien im Wirtschaftskreislauf zu halten und Abfälle in wertvolle Ressourcen zu verwandeln. Wir bieten Klebstoffe an, die für das Recycling optimiert sind und die Recyclingrate und -qualität erheblich verbessern. Unser Loctite® Liofol Sortiment an Laminierungsklebstoffen ist beispielsweise so konzipiert, dass es die Recyclingfähigkeit von flexiblen Verpackungen unterstützt.

NATUR

Die wachsende Weltbevölkerung und die beschleunigte Wirtschaftstätigkeit setzen die Ökosysteme zunehmend unter Druck. Wir streben den Schutz und die Wiederherstellung der Biodiversität an – mit besonderem Fokus auf Wälder, Land und Wasser.

🔗 Weitere Informationen finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2022, Seite 61

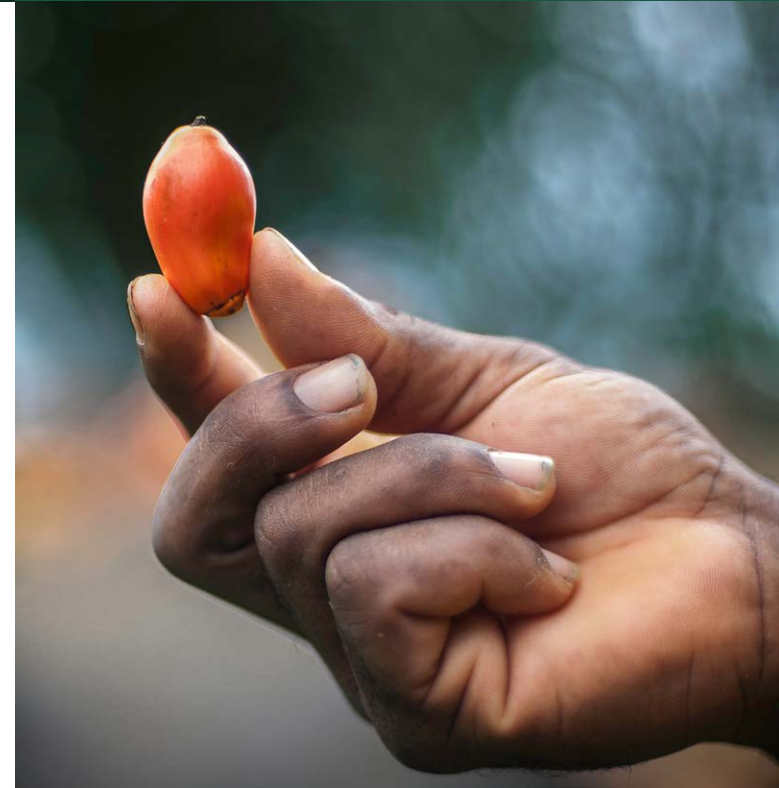


WASSER IN PRODUKTIONS-PROZESSEN EINSPAREN

Unsere Klebstoffe tragen dazu bei, den Wasserverbrauch in Produktionsprozessen und in der Nutzungsphase von Produkten zu reduzieren. Ein Beispiel dafür sind unsere Loctite® Aero-Infusionsharze. Sie können wasserintensive Produktionsschritte in der Luftfahrtindustrie ersetzen und so große Mengen an Wasser einsparen, während die gleiche Qualität der Verklebung gewährleistet ist.

RÜCKVERFOLGBARKEIT VON INHALTSSTOFFEN SICHERSTELLEN

Gemeinsam mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad hat Henkel dazu beigetragen, die Rückverfolgbarkeit von palmbasierten Inhaltsstoffen von der Plantage bis zum Endprodukt der Seife sicherzustellen. Die Hautpflegemarke Dial stellt einen dreijährigen Zuschuss für ein Projekt in Kolumbien bereit, das Kleinbauern und -bäuerinnen technische Unterstützung, Schulungen und Finanzierungen bietet, um die Produktion von zertifiziertem Palmöl steigern zu können.



ERFOLGE 2022

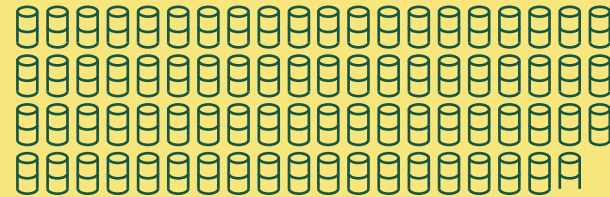


70%

des Stromeinkaufs aus erneuerbaren Quellen

>78 Mio. Tonnen

CO₂ gemeinsam mit Kunden, Verbraucher:innen und Lieferanten eingespart (2016–2022)



erzielte Henkel als Bewertung des Carbon Disclosure Project (CDP) im Bereich Klima

-43%

Abfallvolumen pro Tonne Produkt (vs. 2010)

87%

unserer Verpackungen sind für Recycling oder Wiederverwendbarkeit konzipiert¹

Rund 5.100



Tonnen Social Plastic® wurden im Jahr 2022 gesammelt

82%

der Produktionsstandorte entsorgen keine Produktionsabfälle auf Deponien



>100 Länder

umfasst die „Be smarter.“-Initiative, die u.a. zum verantwortungsvollen Umgang mit Wasser beitragen soll

-55%

CO₂-Emissionen in unserer Produktion pro Tonne Produkt (vs. 2010)

¹ Mit Ausnahme von Produkten, bei denen Bestandteile oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

GEMEINSCHAFT

Wir setzen alles daran, es den Menschen zu ermöglichen, ein besseres Leben zu führen. Unsere gesellschaftliche Verantwortung gilt der Chancengerechtigkeit, der Stärkung von Vielfalt und der Achtung der Menschenrechte. Unseren Mitarbeiter:innen bieten wir die Möglichkeit des lebenslangen Lernens sowie ein attraktives und gesundes Arbeitsumfeld. Wir setzen uns weltweit für gesellschaftlichen Fortschritt sowie den Zugang zu Bildung ein und leisten Hilfe in Notsituationen.





CHANGENGERECHTIGKEIT

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



BILDUNG

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



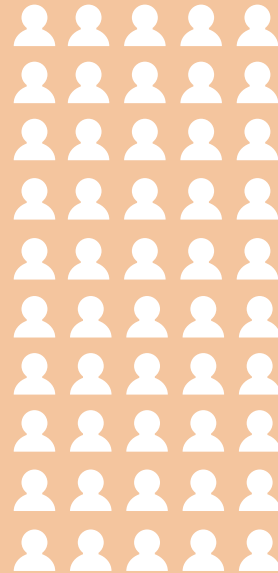
WOHLERGEHEN

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

ZIELE UND AMBITIONEN

Die
**ZUKUNFT
DER
ARBEIT**

für das Unternehmen
und unsere
Mitarbeiter:innen
gestalten



Alle Mitarbeiter:innen für
Nachhaltigkeit

**MOTIVIEREN
UND
AKTIVIEREN**

+60%

sicherer pro eine
Million Arbeitsstunden
(vs 2010)¹



**VERBESSERUNG
DER LEBENSGRUNDLAGEN
VON KLEINBAUERN UND
-BÄUERINNEN SOWIE
SCHUTZ DER NATUR**



**GESCHLECHTERPARITÄT
ÜBER ALLE
FÜHRUNGSEBENEN HINWEG¹**



**AUSWEITUNG UNSERER
BILDUNGSPROGRAMME UND
UNSERES FREIWILLIGEN
GESELLSCHAFTLICHEN ENGAGEMENTS**

¹ bis 2025

CHANCEN-GERECHTIGKEIT

Wir glauben, dass in der Vielfalt eine große Stärke liegt und dass jeder Mensch es verdient, sich wertgeschätzt zu fühlen. Wir verpflichten uns, die Menschenrechte in unserer gesamten Wertschöpfungskette zu respektieren. Und wir leisten durch unsere Corporate-Citizenship-Aktivitäten weltweit einen nachhaltigen Beitrag zur Gesellschaft.

🔗 Weitere Informationen finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2022, Seite 75



FRAUEN AUF ALLEN EBENEN

Wir haben das Ziel, den Frauenanteil im Unternehmen auf allen Ebenen kontinuierlich zu erhöhen, und verfolgen die Ambition, bis 2025 Geschlechterparität über alle Führungsebenen hinweg zu erreichen. Um diese Ziele zu erreichen, sind wir bestrebt, Frauen und Männern eine bessere Vereinbarkeit ihrer Karriere mit ihrer persönlichen Lebensplanung zu ermöglichen. Der Anteil von Frauen in Führungspositionen stieg im Jahr 2022 auf 38,7 Prozent.

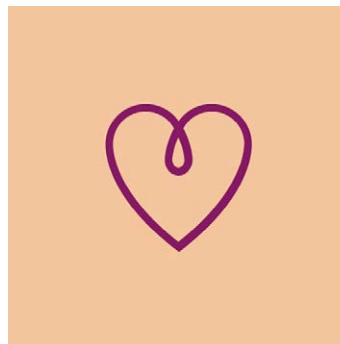


DIVERSITY LEADER

Unser Engagement für Diversity, Equity & Inclusion wurde in den letzten Jahren mehrfach honoriert. Beispielsweise ist Henkel im Jahr 2022 von Statista und der „Financial Times“ als einer der „Diversity Leader“ ausgezeichnet worden.

Bildung ist eines der mächtigsten Instrumente, wenn es darum geht, positive Veränderungen zu ermöglichen. Wir konzentrieren uns auf innovative Programme, die einen ganzheitlichen, engagierten Lernansatz verfolgen und einen starken Fokus auf Wissen, Fähigkeiten und Denkweisen legen. Dieser Lernansatz beginnt bei unseren Mitarbeiter:innen und erstreckt sich auch auf unsere Kunden und die Gemeinden, in denen wir tätig sind.

🔗 Weitere Informationen finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2022, Seite 89



SUSTAINABILITY AT HEART

Wir haben unsere bisherigen Weiterbildungsangebote für unsere Mitarbeiter:innen um ein ganzheitliches Engagement-Programm erweitert, das im März 2022 ausgerollt wurde. Unsere Ambition ist es, alle Mitarbeiter:innen für Nachhaltigkeit zu motivieren und zu aktivieren. Das neu entwickelte Programm besteht aus einem Grundlagentraining, das die wichtigsten Begriffe und Konzepte sowie die globalen Herausforderungen der Nachhaltigkeit im Unternehmenskontext erklärt. Im Jahr 2022 haben bereits mehr als 5.800 Mitarbeiter:innen an dem Training teilgenommen.



SOZIALES ENGAGEMENT

Gesellschaftliches Engagement ist seit der Firmengründung durch Fritz Henkel im Jahr 1876 ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Mit unserem gesellschaftlichen Engagement wollen wir Menschen rund um den Globus unterstützen und ihre Lebensqualität verbessern. Mit dem ehrenamtlichen Engagement unserer Mitarbeiter:innen unterstützen wir zum Beispiel soziale Projekte mit den Schwerpunkten Bildung, finanzielle Stabilität und Gesundheit.

WOHLERGEHEN

Globale Ereignisse wie die COVID-19-Pandemie haben deutlich gemacht, dass ein Umdenken in Bezug auf das Wohlergehen erforderlich ist, auch am Arbeitsplatz. Wohlergehen wird daher zunehmend in einer ganzheitlichen Weise betrachtet, die die körperlichen, geistigen und sozialen Aspekte als untrennbar miteinander verbunden ansieht – so verstehen wir es auch bei Henkel.

🔗 Weitere Infomation finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2022, Seite 98



ARBEITSSICHERHEIT

Die Sicherheit am Arbeitsplatz hat in unserem Unternehmen höchste Priorität. Regelmäßige Schulungen an allen Standorten stellen sicher, dass unsere Mitarbeiter:innen in der Lage sind, Unfallrisiken zu erkennen und zu beseitigen. Im Jahr 2022 wurde die bisher größte Henkel-Kampagne zum Welttag der Sicherheit weltweit umgesetzt. Knapp 9.000 Mitarbeiter:innen und Auftragnehmer nahmen daran teil.



MENTALE GESUNDHEIT

Körperliche und mentale Gesundheit spielen eine zentrale Rolle bei der Gestaltung der Lebensqualität. Wir bieten bei Henkel eine Reihe von Angeboten und Aktivitäten, um die Gesundheit und das Wohlergehen unserer Mitarbeiter:innen zu fördern. Und wir gestalten die Zukunft der Arbeit in unserem Unternehmen, indem wir unser Programm „Smart Work“ weiterentwickeln und ausbauen.

ERFOLGE 2022

**I am unique.
We are Henkel.**

war das Motto der diesjährigen DEI-Kampagne



>6 Mio. Euro

umfasste das Nothilfeprogramm für die Ukraine

25

Ausbildungs- und duale Studiengänge

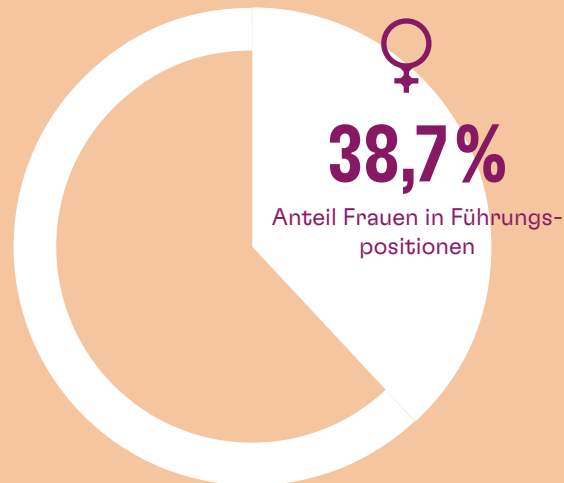
Leben von

>30 Mio.

Menschen verbessert (vs. 2010)

>2.000

Projekte wurden im Rahmen unseres gesellschaftlichen Engagements gefördert



90%

der Mitarbeiter:innen durch globale Gesundheitsaktion erreicht

42%

sicherer pro eine Million Arbeitsstunden (vs. 2010)



>5.800

Mitarbeiter:innen haben am neuen Sustainability Pioneer Training teilgenommen

PARTNER

Wir nutzen unsere wertorientierte Unternehmenskultur und unsere wissenschaftlich-technologische Expertise, um unsere Leistung zu steigern und zugleich unsere Integrität zu sichern. Wir bieten unseren Kunden und Verbraucher:innen sichere und erstklassige Produkt- und Technologie-lösungen. Wir integrieren Nachhaltigkeit in unser Portfolio sowie in unsere Unternehmensprozesse und berichten gegenüber unseren Stakeholdern transparent darüber.





LEISTUNG

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



TRANSPARENZ

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



ZUSAMMENARBEIT

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

ZIELE UND AMBITIONEN

100%

Transparenz und Nachverfolgbarkeit für Palm(kern)öl¹



JEDES NEUE PRODUKT

leistet einen Beitrag zur Nachhaltigkeit

3x

EFFIZIENTER WERDEN²

(vs. 2010)



Kunden und Verbraucher:innen ein **UMFASSENDES NACHHALTIGKEITSPROFIL UNSERER PRODUKTE**

zur Verfügung stellen¹



Verpflichtung zu

100%

verantwortungsvoller Beschaffung zusammen mit unseren Partnern

¹ bis 2025
² bis 2030

LEISTUNG

Unsere lange Erfolgsgeschichte wurde durch erstklassige Produkte ermöglicht, die sicher in der Anwendung sind. So haben wir uns das Vertrauen unserer Kunden und Verbraucher:innen verdient – und wir verdienen uns dieses Vertrauen immer wieder aufs Neue, indem wir sichere und nachhaltige Innovationen entwickeln.

🔗 Weitere Informationen finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2022, Seite 106



LEISTUNGSSTARKE PRODUKTE

Persil Power Bars bieten die bekannte Persil-Waschkraft und sparen gleichzeitig 97 Prozent Plastik gegenüber dem flüssigen Persil Gel bei der Verpackung ein. Dazu tragen die beinahe plastikfreie Verpackung und die besonders kompakte, feste Form bei. Die Hülle ist biologisch abbaubar und löst sich im Wasser bereits bei einer Waschtemperatur von 20 Grad Celsius auf. Damit entfalten sie selbst bei niedrigen Waschttemperaturen ihre volle Wirkung.

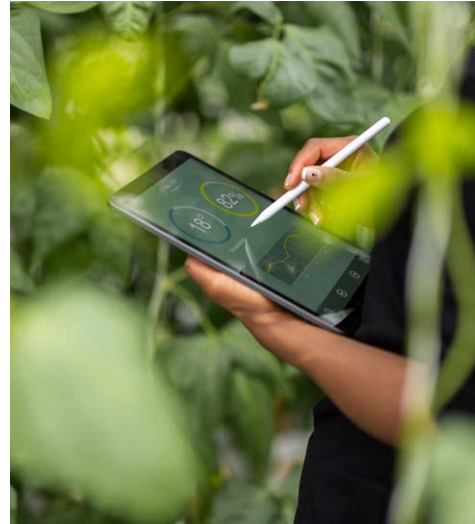
HÖCHSTE SICHERHEITSSTANDARDS

Wir sorgen dafür, dass sich Kunden und Verbraucher:innen auf die Sicherheit unseres Portfolios verlassen können. Wir führen zahlreiche Tests durch und überprüfen ständig die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse, um die höchsten Sicherheitsstandards für Mensch und Umwelt zu gewährleisten. Außerdem unterstützen wir Gesundheit und Sicherheit entlang der Wertschöpfungskette. Die Loctite® Brandschutzlösungen aus unserem Unternehmensbereich Adhesive Technologies tragen beispielsweise dazu bei, die Sicherheit von Batterien in Elektrofahrzeugen zu verbessern.

TRANSPARENZ

Offene und ehrliche Kommunikation ist der Schlüssel zu vertrauensvollen Beziehungen. Wir bei Henkel setzen auf eine transparente Berichterstattung und einen konstruktiven Dialog mit unseren Stakeholdern, um Transparenz zu schaffen, wie wir Nachhaltigkeit in unser Geschäft integrieren.

🔗 Weitere Informationen finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2022, Seite 115



EXTERNE BEWERTUNGEN

Bei unseren Prozessen legen wir Wert auf externe Bewertungen durch unabhängige Expert:innen. Im Jahr 2022 wurden wir in mehrere Nachhaltigkeitsindizes aufgenommen und erhielten hervorragende Ergebnisse bei Ratings und Rankings. Dies gibt uns wichtige Rückmeldungen darüber, wie wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie umsetzen. Auch im Jahr 2022 haben wir bei ESG-Ratings und -Rankings hervorragende Ergebnisse erzielt, darunter Ecovadis Platinum, ISS ESG B+ und MSCI AAA.

STEIGENDER FOKUS AUF ESG

Henkel hat frühzeitig innovative Lösungen im Bereich der nachhaltigen Finanzierung umgesetzt. Auch im Jahr 2022 konnten wir Fortschritte erzielen und haben eine weitere Anleihe unter unserem Sustainable Finance Framework platziert – mit einem Volumen von 650 Millionen Euro.



ZUSAMMENARBEIT

Wir arbeiten mit Partnern aus der gesamten Wertschöpfungskette zusammen, um die Wirkung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten zu maximieren. Seit vielen Jahren führen wir einen offenen Dialog zu Themen wie ressourceneffiziente Innovationen, verantwortungsvolle Lieferketten und die nachhaltige Transformation.

🔗 Weitere Informationen finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2022, Seite 126



NACHHALTIGE LIEFERKETTEN

Im Jahr 2022 hat Henkel gemeinsam mit fünf weiteren Unternehmen die Initiative „Together for Sustainability – Chemical Supply Chains for a Better World“ (TfS) ins Leben gerufen. Ihr Ziel ist es, das immer komplexer werdende Lieferantenmanagement im Bereich der Nachhaltigkeit zu harmonisieren, den Dialog mit weltweiten Vertragspartnern zu optimieren sowie Ressourcen effizienter zu nutzen. Die TfS-Initiative bestand im Jahr 2022 aus 40 Mitgliedern, die Gesamtausgaben in Höhe von mehr als 400 Milliarden Euro repräsentieren.



FOKUS AUF ERNEUERBARE ROHSTOFFE

Wir befinden uns auf dem Weg zu einer ökologischen Transformation unseres Geschäftsmodells. Wir wollen unsere Prozesse, Produkte und den Einsatz von Rohstoffen kontinuierlich verbessern, um eine ressourceneffiziente, CO₂-neutrale Zukunft zu erreichen. Im Jahr 2022 sind wir eine Partnerschaft mit BASF eingegangen, mit dem Ziel, fossile Rohstoffe, die für die Herstellung von Inhaltsstoffen für unsere Konsumgüterprodukte verwendet werden, zu verringern und den Anteil an nachwachsenden Rohstoffen zu erhöhen – im Rahmen des Massenbilanzverfahrens.

ERFOLGE **2022**

84%



89%

**GESTIEGENE
RÜCKVERFOLG-
BARKEITSQUOTE
FÜR PALMBASIERTE
INHALTSSTOFFE
BIS ZUR MÜHLE**



Ecovadis Platinum
Auszeichnung, damit
gehört Henkel zu den
TOP 1 Prozent der
bewerteten Unternehmen



Lieferanten von Henkel
haben ein TfS-Assessment
oder -Audit durchlaufen



40

Mitgliedsunternehmen in
der TfS-Initiative

SIE MÖCHTEN MEHR ÜBER HENKEL ERFAHREN?

Besuchen Sie unsere Website:

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.twitter.com/henkel

www.facebook.com/henkelddeutschland

www.instagram.com/henkel

www.youtube.com/henkel

SPOTLIGHT-MAGAZIN

Entdecken Sie Geschichten, Experteninterviews, Themenwelten und Gastbeiträge in unserem digitalen Magazin Spotlight:

www.henkel.de/spotlight



Hören Sie außerdem in unseren „Fritz for Future“-Podcast rein. Wir treffen darin auf Menschen, die zeigen, wie es gehen kann: nachhaltig wirtschaften, gründen, denken.

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

KARRIERE BEI HENKEL

Im Karriere-Bereich unserer Website finden Sie alle Informationen darüber, wie wir bei Henkel arbeiten, welche spannenden Jobs auf Sie warten und natürlich wie Sie sich bewerben können.

Informieren Sie sich:

www.henkel.de/karriere

IMPRESSUM

Herausgeber

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

© 2023 Henkel AG & Co. KGaA

Design und Realisierung

MPM – Part of RYZE Digital
www.mpm.de

Fotografie

Amber Yin; Fedepalma; Getty Images: 10'000 Hours, BNBB Studio, Namthip Muanthongthae, Nitat Termmee, Kamisoka, RgStudio, Westend61; Henkel; IGNIS; Plastic Bank; Shutterstock: Garagestock, lovelyday12

PR-Nr.: 04 23 0

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.

KONTAKT

Corporate Sustainability

E-Mail: sustainability@henkel.com