

2025

HENKEL HIGHLIGHTS



Henkel



INHALT

- 2** Über Henkel
- 4** Henkel im Jahr 2025
- 6** Unsere Zukunft gestalten
- 8** Unsere Nachhaltigkeitsstrategie
- 10** Finanzkennzahlen
- 12** Verantwortung
- 14** Adhesive Technologies
- 18** Consumer Brands
- 22** Klima
- 24** Partner
- 26** Unsere Mitarbeiter:innen
- 28** Gemeinschaft
- 30** 150 Jahre 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 47.200 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.

PIONEERS AT HEART FOR THE GOOD OF GENERATIONS



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.



HENKEL

**20
25**

ZWEI
UNTERNEHMENSBEREICHE

**ADHESIVE
TECHNOLOGIES &
CONSUMER
BRANDS**

UNSERE TOP-MARKEN

LOCTITE

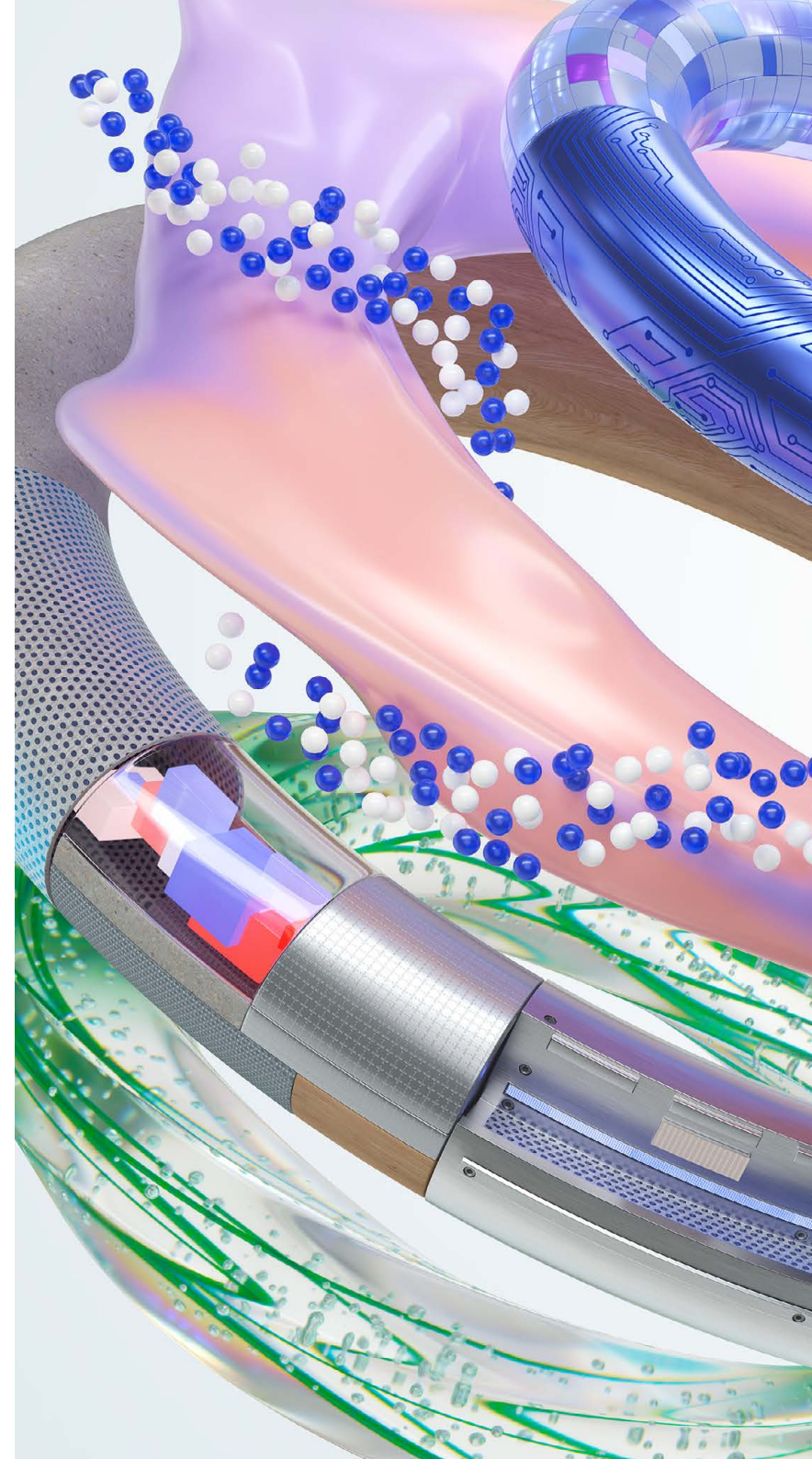

Schwarzkopf

Persil

ERFOLG MIT MARKEN
UND TECHNOLOGIEN SEIT

149

JAHREN



RUND

47.200

MITARBEITER:INNEN AUS
125 NATIONEN

ANTEIL WEIBLICHER
FÜHRUNGSKRÄFTE

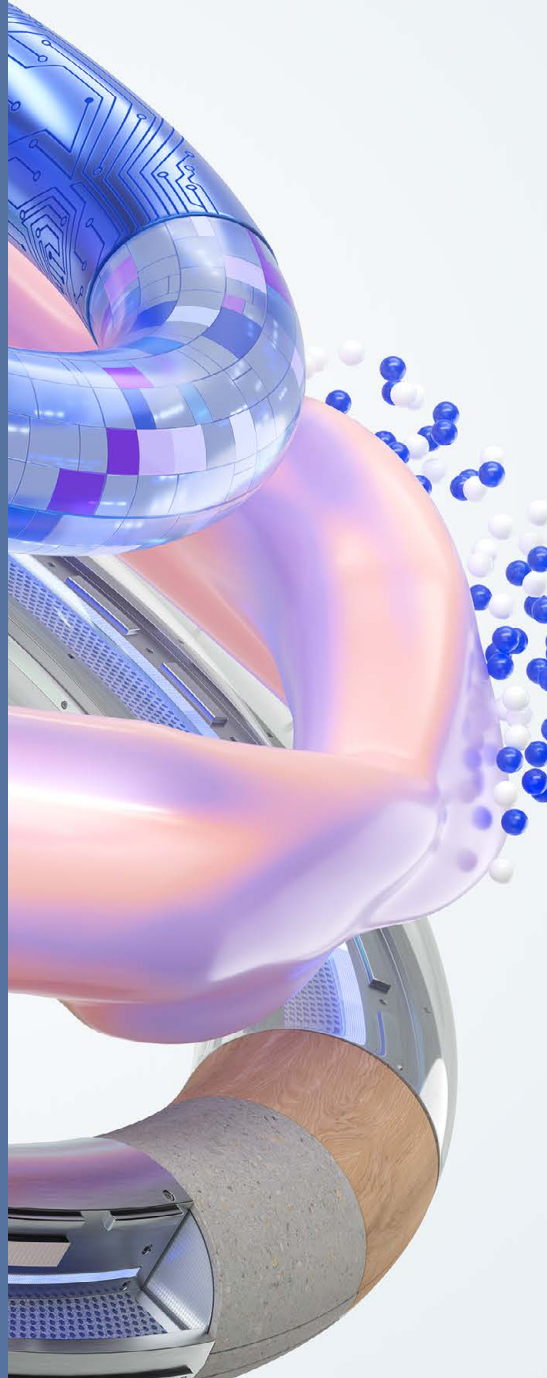
43,2%

WENIGER SCOPE-1-, -2- & -3-
TREIBHAUGASEMISSIONEN
(THG) (VS. 2021)

-29%

ANTEIL AN RECYCELTEM
KUNSTSTOFF BEI DEN
VERPACKUNGEN UNSERER
KONSUMGÜTERPRODUKTE

28%



165

PRODUKTIONSSTÄNDORTE
WELTWEIT

UMSATZ

20,5 Mrd €

SITZ IN

Düsseldorf

53

LÄNDER, IN DENEN
WIR PRODUZIEREN



UNSERE ZUKUNFT **GESTALTEN**

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

Mit diesem strategischen Rahmen legen wir einen klaren Fokus auf ganzheitliches Wachstum („Purposeful Growth“). 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 unsere Mitarbeiter:innen dabei unterstützen, 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**

UNSERE NACHHALTIGKEITS- STRATEGIE

Nachhaltiges Wirtschaften ist seit Jahrzehnten fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur und zentrales Element unserer Vision der Zukunft. Mit unserem **2030+ Sustainability Ambition Framework** haben wir den hohen Anspruch, einen „Transformational Impact for the Good of Generations“ zu erzielen. Hier beziehen wir alle drei Dimensionen von ESG in unsere Vision von Nachhaltigkeit ein: **Natur**, **Gemeinschaft** und **Partner**.

Das Framework setzt den Rahmen für unsere globale Nachhaltigkeitsstrategie – mit klaren Ambitionen und Zielen, die wir in diesem Jahrzehnt erreichen wollen. 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.

Wir bauen dabei auf unsere besonderen Stärken: die Innovationskraft unserer Unternehmensbereiche, das umfangreiche Wissen unserer Mitarbeiter:innen und die vielfachen Berührungspunkte unserer Produkte mit Kunden und Verbraucher:innen.

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 Net-Zero-Zukunft und die Regeneration der Natur an.



KLIMA

Ein Net-Zero-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.



ZUSAMMENARBEIT

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



LEISTUNG

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



TRANSPARENZ

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

PRODUKTE

MENSCHEN

PARTNERSCHAFTEN

FINANZKENNZAHLEN 2025

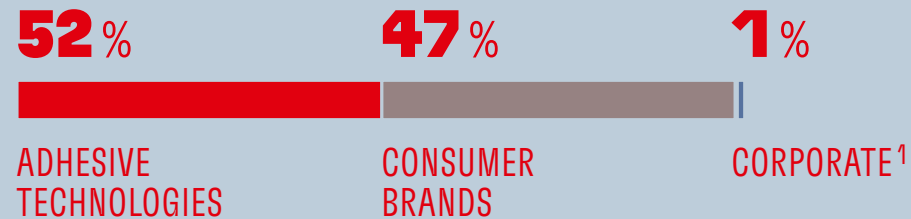
UMSATZ

20,5 Mrd €

ORGANISCHES
UMSATZWACHSTUM

0,9%

UMSATZ
NACH UNTERNEHMENSBEREICHEN



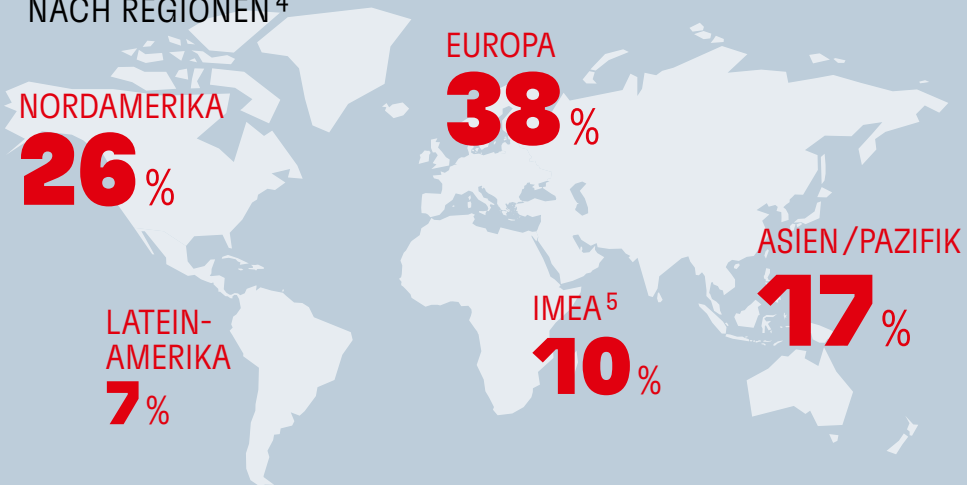
BEREINIGTES²
BETRIEBLICHES
ERGEBNIS (EBIT)

3.026 Mio €

BEREINIGTE²
UMSATZRENDITE
(EBIT-MARGE)

14,8%

UMSATZ
NACH REGIONEN⁴



BEREINIGTES²
ERGEBNIS
JE VORZUGSAKTIE

5,33 €

DIVIDENDE
JE VORZUGSAKTIE³

2,07 €

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

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

³ Vorschlag an die Aktionär:innen für die Hauptversammlung am 27. April 2026.

⁴ Inklusive 1% Corporate.

⁵ Indien, Nahost, Afrika.

NACHHALTIGKEITS- FORTSCHRITTE 2025

-29%

ABSOLUTE SCOPE-1-, -2- & -3-THG-EMISSIONEN (VS. 2021)

98%

ANTEIL PALM(KERN)ÖL, DESSEN VERANTWORTUNGS-
VOLLE BESCHAFFUNG ZERTIFIZIERT ODER EXTERN
BESTÄTIGT IST

28%

ANTEIL AN RECYCELTEM KUNSTSTOFF BEI DEN
VERPACKUNGEN UNSERER KONSUMGÜTERPRODUKTE

+59%

SICHERER PRO EINE MILLION ARBEITSSTUNDEN (VS. 2010)

AUSGEZEICHNETE
PERFORMANCE IN
RATINGS UND
RANKINGS



GEMEINSAM VERANTWORTUNG GESTALTEN

Anlässlich unseres 150-jährigen Jubiläums blicken wir auf eine Unternehmensgeschichte, die von Innovationskraft, Pioniergeist und verantwortungsbewusstem Handeln geprägt ist. Schon lange bevor Nachhaltigkeit weltweit an Bedeutung gewann, hat Henkel Themen wie gesellschaftliches Engagement, Umweltschutz und zukunftsorientierte Lösungen fest in seiner Unternehmenskultur verankert.



Heute ist Nachhaltigkeit ein zentraler Bestandteil unserer Identität und einer unserer Unternehmenswerte. Sie stärkt unsere Wettbewerbsfähigkeit, treibt Wachstum voran und schafft langfristigen Wert für alle unsere Stakeholder.

1925



START DER BERUFSAUSBILDUNG

Beginn der systematischen Berufsausbildung bei Henkel mit der Einstellung von 15 Auszubildenden zur Sicherung einer qualifizierten Belegschaft und hoher Sicherheitsstandards. Seitdem wurden über 10.000 Mitarbeiter:innen in Ausbildungsberufen und dualen Studiengängen ausgebildet.

1940



ERÖFFNUNG DES HENKEL-KINDERGARTENS

Einrichtung des ersten Betriebskindergartens und eines freiwilligen werksärztlichen Dienstes.

1958



ÜBERPRÜFUNG DER WASSERQUALITÄT DES RHEINS

Henkel beginnt mit der systematischen Überwachung und Qualitätskontrolle des Rheins auf Waschmittelbestandteile (Tenside).

1992



VERÖFFENTLICHUNG DES ERSTEN UMWELTBERICHTS

Henkel veröffentlicht den ersten Umweltbericht. Seitdem werden Stakeholder in einem jährlichen Bericht über die Fortschritte und Verbesserungen des Nachhaltigkeitsengagements informiert.

2012



START DER INITIATIVE TOGETHER FOR SUSTAINABILITY (TFS)

Henkel gründet gemeinsam mit fünf weiteren Unternehmen der Chemieindustrie die Initiative „Together for Sustainability – The Chemical Initiative for Sustainable Supply Chains“.

2022



EINFÜHRUNG DES 2030+ SUSTAINABILITY AMBITION FRAMEWORK

Das 2030+ Sustainability Ambition Framework von Henkel definiert die langfristigen Ziele des Unternehmens in den drei Dimensionen Natur, Gemeinschaft und Partner. Es unterstreicht den Anspruch, einen „Transformational Impact for the Good of Generations“ zu leisten.

2024



EINFÜHRUNG DER SBTI-NET-ZERO-ZIELE

Henkel definiert eine Net-Zero-Roadmap und erweitert damit die Ziele zur Emissionsreduktion entlang der gesamten Wertschöpfungskette deutlich. Die Ziele werden von der Science Based Targets initiative (SBTi) überprüft – einer Klimaschutzorganisation, die Unternehmen dabei unterstützt, Net-Zero-Ziele im Einklang mit dem Pariser Abkommen festzulegen.

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 Anwendungsexperte in über 800 Industriesegmenten arbeiten wir eng mit unseren Kunden und Partnern zusammen. Basierend auf unserem starken Technologieportfolio entstehen daraus maßgeschneiderte Lösungen in den Geschäftsfeldern Mobilität & Elektronik, Verpackungen & Konsumgüter sowie Handwerk, Bau & Gewerbe.

www.henkel.de/adhesive-technologies

TOP-MARKEN

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

KENNZAHLEN 2025

Umsatz

10.667 Mio €

Organisches Umsatzwachstum

1,5%

Bereinigtes¹ betriebliches Ergebnis (EBIT)

1.779 Mio €

Bereinigte¹ Umsatzrendite (EBIT-Marge)

16,7%

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.



VERNETZT & OFFEN

Das Inspiration Center Shanghai bietet ein modernes Arbeitsumfeld für Zusammenarbeit und Co-Creation. Ziel ist es, lokale Erkenntnisse in skalierbare Lösungen umzuwandeln und das globale Innovationsnetzwerk zu stärken.

DIE *ZUKUNFT* DER KLEBSTOFFTECHNOLOGIE UNTER *EINEM DACH*

Mit dem neu eröffneten Inspiration Center in Shanghai stärken wir unsere Innovationskraft in Asien und schaffen einen Ort, an dem zukunftsfähige Klebstofftechnologien entwickelt werden. Das hochmoderne Zentrum vereint auf 33.000 Quadratmetern Fläche mehr als 500 Expert:innen, um nachhaltige Klebstofflösungen zu entwickeln, die Zusammenarbeit mit Kunden zu intensivieren und das Wachstum in der dynamischen Region Asien-Pazifik voranzutreiben.

Die Labore im Inspiration Center Shanghai sind nach Technologieplattformen strukturiert und digital mit unserem globalen Innovationsnetzwerk vernetzt. So werden branchenübergreifende Zusammenarbeit und Wissensaustausch gefördert und agile, datenbasierte Prozesse vorangetrieben. Im integrierten Customer Experience Center entstehen interaktive Erlebnisse, die Partner aus Industrie und Wissenschaft dazu inspirieren, gemeinsam neue Ideen zu entwickeln und Wachstumspotenziale zu erschließen.





DEBONDING ALS ANTRIEB FÜR KREISLAUFWIRTSCHAFT

„Debonding-on-Demand“-Klebstoffe bieten starke, zuverlässige Verbindungen und lassen sich bei Bedarf kontrolliert lösen, etwa durch Strom, Wärme, Ultraschall und weitere Trigger. So entstehen neue Chancen für Kreislauffähigkeit, indem Materialien getrennt oder Komponenten für Reparatur und Recycling abgelöst werden können.

Das gezielte Lösen von Klebeverbindungen ist eine Schlüsseltechnologie, die beispielsweise die zerstörungsfreie Reparatur, Wiederverwendung oder das Recycling von Batterien für Elektrofahrzeuge erlaubt. Als hochwertige Komponente kann die Batterie bis zu 50 Prozent zu den Fahrzeugkosten beitragen, wobei die Aktivmaterialien mit rund 70 bis 80 Prozent den größten Teil der Batteriekosten ausmachen. Ein effizienteres Recycling dieser Materialien ermöglicht Kosteneinsparungen für die Hersteller und trägt zu geringeren Emissionen im Bereich der Mobilität bei.



„DESIGN FOR RECYCLING“ IM RECYCLAB FÜR VERPACKUNGEN

Die Henkel Packaging Recyclabs sind Teil unserer Inspiration Center in Düsseldorf und Shanghai. Dort prüfen wir unter realistischen Bedingungen, ob faserbasierte Verpackungen praktisch recyclingfähig sind. Unsere Verpackungsexpert:innen erforschen mithilfe dieser Prozesssimulation, wie Klebstofflösungen die Recyclingprozesse beeinflussen, und unterstützen auf Basis dieser Daten die Entwicklung innovativer und kreislauffähiger Verpackungslösungen.

Unter Berücksichtigung internationaler Standards – zum Beispiel des CEPI/4 Evergreen-Frameworks sowie des Standards des Instituts cyclos-HTP – bieten wir umfassende Untersuchungen zur Bewertung und Zertifizierung der Recyclingfähigkeit von faserbasierten Verpackungsmaterialien an. Ziel ist es, die Transformation zu „Design for Recycling“ zu beschleunigen und die Industrie bei der Entwicklung von nachhaltigeren Lösungen zu unterstützen.

CONSUMER BRANDS

Unser Unternehmensbereich Consumer Brands vereint führende Konsumentenmarken und professionelle Lösungen für das Friseurgeschäft unter einem Dach. Mit unserem Portfolio, das ikonische Marken wie Persil und Schwarzkopf umfasst, decken wir mehrere Konsumgüterkategorien ab – mit einem klaren Fokus auf Wasch- und Reinigungsmittel sowie Haar. Forschung, Technologie und Markenkompetenz bilden dabei die Basis unserer Lösungen für Konsument:innen und professionelle Stylist:innen, die mit ihren Ideen und Kreationen Trends prägen. In über 60 Ländern arbeiten unsere Teams täglich daran, die Bedürfnisse der Konsument:innen zu erkennen, mit markt-orientierten Innovationen zukünftige Anforderungen vorauszudenken und nachhaltigere Produkte zu entwickeln.

www.henkel.de/consumer-brands

KENNZAHLEN 2025

Umsatz

9.677
Mio €

Bereinigtes¹ betriebliches Ergebnis (EBIT)

1.400
Mio €

Organisches
Umsatzwachstum

0,3%

Bereinigte¹ Umsatzrendite
(EBIT-Marge)

14,5%

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

TOP-MARKEN


Schwarzkopf

Persil



WO REGIONALE *INSIGHTS* GLOBALE HAARTRENDS *FORMEN*

Im neu eröffneten House of Hair in Hamburg bündeln wir alles, was die Zukunft der Haarpflege prägt, unter einem Dach: Forschung & Entwicklung, Marketing, Friseurhandwerk, Ausbildung, Testsalons, Labor und Vertrieb. Der Innovations-Hub ist Teil unseres globalen Netzwerks mit weiteren Standorten in Los Angeles, Guadalajara, Tokio und Shanghai.

Mit 950 Haar-Expert:innen weltweit treiben wir über 750 Forschungsprojekte voran, führen jährlich 3.300 Verbrauchertests durch und unterstützen 11.100 Friseur:innen mit Weiterbildungen. So entstehen Innovationen, die lokale Bedürfnisse erfüllen und die unsere House of Hair-Standorte zu kreativen Zentren für Trends und Haarpflegeprodukte der Zukunft machen.





DIGITALE REVOLUTION IN DER **WASCHKÜCHE** MIT **SMARTWASH**

Mit der Smartwash-Technologie läuten wir eine neue Ära der Textilpflege ein, in der Chemie und Technologie Hand in Hand gehen. Smartwash kombiniert intelligente Algorithmen, Sensoren und Cloud-Anbindung, um die Beschaffenheit der Wäsche zu analysieren und so die optimale Kombination von Reinigungswirkstoffen zu ermitteln. Das sorgt für maximale Waschleistung mit minimalem Ressourceneinsatz.



Smartwash ist dabei mehr als eine Technologie: Dahinter steckt ein System, das Waschmaschinen, Wirkstoffe und Partner aus der gesamten Geräte- und Textilindustrie miteinander verbindet. Das gemeinsame Ziel: den Waschprozess einfacher, effizienter und nachhaltiger gestalten. So wird die Technologie kontinuierlich weiterentwickelt, um sie in möglichst vielen Haushalten verfügbar zu machen. Damit gestaltet Henkel die Zukunft des smarten und nachhaltigeren Waschens.

COLORATION NEU GEDACHT MIT SCHWARZKOPF CREME SUPREME

LEBENDIG, LEUCHTEND & PFLEGEND

Schwarzkopf Creme Supreme wurde mit dem HaptIQ-System entwickelt, das die Haarmatrix durch neue Mikroverbindungen stärkt und so ein besonders schonendes, komfortables Färbeerlebnis zu Hause ermöglicht.

„Die Haarfarbe, die du dir wünschst, mit der Pflege, die du verdienst“ – dafür steht Creme Supreme, die neue Colorationsmarke von Schwarzkopf. Über zwei Jahre intensiver Forschung und Entwicklung sowie zahlreiche Insights aus unserem globalen Netzwerk – von Innovations-Hubs wie dem House of Hair bis hin zu internationalen Testsalons – sind in die Produktentwicklung eingeflossen. Unser Ziel: die Bedürfnisse unserer Konsument:innen bestmöglich erfüllen und das Haarefärben zu Hause so angenehm und pflegend wie möglich machen.

Das Besondere an der Innovation: Die Produkte schützen das Haar in drei Schritten des Färbeprozesses. Das integrierte Bonding HaptIQ-System stärkt die Haarstruktur, bildet neue Mikroverbindungen und glättet strapazierte Längen, bevor die Coloration beginnt. Damit setzt Schwarzkopf neue Maßstäbe für ein Colorations-Erlebnis, das Farbe und Pflege perfekt vereint.

KLIMA

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Henkel hat sich verpflichtet, das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens zu erreichen. Daher haben wir im Jahr 2024 eine „Net-Zero-Roadmap“ festgelegt. Unsere mittelfristigen Ziele sowie ein Net-Zero-Ziel zur Verringerung der Treibhausgasemissionen (THG) entlang der Wertschöpfungskette wurden von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert.

Wir verpflichten uns, bis 2030 unsere absoluten Scope-1- und -2-THG-Emissionen um 42 Prozent sowie unsere absoluten Scope-3-THG-Emissionen um 30 Prozent (gegenüber 2021) zu reduzieren. Und wir verpflichten uns, unsere absoluten Scope-1-, -2- und -3-THG-Emissionen bis 2045 um 90 Prozent (gegenüber 2021) zu reduzieren.¹

¹ Die Zielgrenze umfasst biogene landbezogene Emissionen und den Abbau aus Bioenergieerohstoffen.



NETTO-NULL ERREICHEN: -90 %
ABSOLUTE SCOPE-1-, -2- & -3-THG-
EMISSIONEN BIS 2045

Zielerreichung 2025:



Basisjahr: 2021

Zieljahr: 2045



-30 % ABSOLUTE SCOPE-3-THG-
EMISSIONEN BIS 2030

Zielerreichung 2025:



Basisjahr: 2021

Zieljahr: 2030



-42 % ABSOLUTE SCOPE-1- & -2-
THG-EMISSIONEN BIS 2030

Zielerreichung 2025:



Basisjahr: 2021

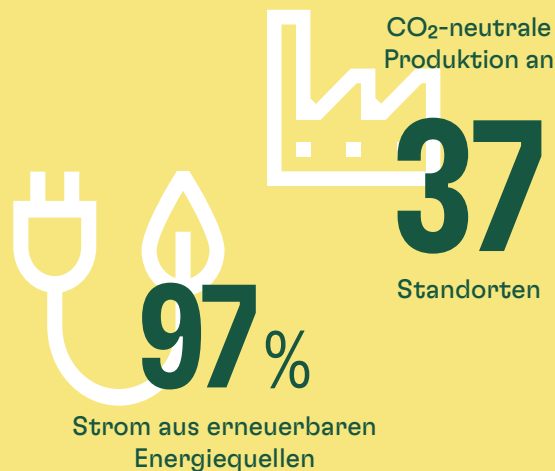
Zieljahr: 2030



Net-Zero definiert den Punkt, an dem alle durch menschliche Aktivitäten verursachten Treibhausgasemissionen (THG) ausgeglichen werden, indem über einen bestimmten Zeitraum die gleiche Menge an Emissionen aus der Atmosphäre unseres Planeten entfernt wird. Mit anderen Worten: Net-Zero ist ein Gleichgewichtszustand.

UMSTELLUNG AUF CO₂-NEUTRALE PRODUKTION

Für Henkel beginnt CO₂-neutrale Produktion mit einem klaren Prinzip: Energieeffizienz steht an erster Stelle. Um unser volles Einsparpotenzial auszuschöpfen, haben wir unser globales Online-Energieverbrauchsmesssystem im Jahr 2025 auf noch mehr Fabriken von Henkel Consumer Brands ausgeweitet. Ergänzt wird dies durch innovative Prozessoptimierungen – etwa einen neuen Fließbett-Sandtrockner im Werk Pantelimon in Rumänien, der den Energieverbrauch um über 40 Prozent senkt und Wärme zurückgewinnt. Priorität hat stets die eigene Erzeugung erneuerbarer Energie. Ein wichtiger Schritt im Jahr 2025 war die Inbetriebnahme der bisher größten Solaranlage von Henkel am Standort Kruševac in Serbien. Mit über 13.000 Modulen produziert sie jährlich mehr als 6.000 MWh grünen Strom. Wenn externe Energie benötigt wird, setzen wir auf Ökostrom-Purchasing-Verträge (PPAs) und Biomethan für das Gas, das wir nicht durch Elektrifizierung ersetzen können. Ein Beispiel ist das Werk in Gebkim in der Türkei, das durch den Umstieg von Dampfkesseln auf elektrische Systeme und durch Effizienzsteigerungen vollständig dekarbonisiert wurde.



Zur Reduzierung von Emissionen, die direkt aus unseren eigenen Betrieben resultieren, legen wir einen Schwerpunkt auf die Steigerung der Energieeffizienz, den Einsatz erneuerbarer Energien sowie die Beschaffung nachhaltiger Kraftstoffe. Wo immer möglich, installieren wir Photovoltaikmodule und Biomassekessel in unseren Anlagen, um saubere, erneuerbare Energie direkt an der Quelle zu erzeugen.

PARTNER

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

Wir arbeiten mit Partnern entlang der Wertschöpfungskette zusammen, um die Wirkung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten zu maximieren. Offene Kommunikation ist der Schlüssel zu vertrauensvollen Beziehungen. Daher setzen wir bei Henkel seit vielen Jahren auf transparente Berichterstattung und einen konstruktiven Dialog mit unseren Stakeholdern zu Themen wie ressourceneffiziente Innovationen, verantwortungsvolle Lieferketten, nachhaltige Finanzierung und nachhaltige Transformation.



KENNZAHLEN 2025

100%

unserer Produkte können durch Lebenszyklusbetrachtungen abgedeckt werden

95%

Rückverfolgbarkeitsquote bis zur Raffinerie für Palm(kern)öl

Mehr als

24.000

TfS-Assessments und Audits über alle TfS-Mitgliedsunternehmen hinweg

GEMEINSAM FÜR EINE NACHHALTIGE LIEFERKETTE

Um die Analyse der CO₂-Emissionen in der vorgelagerten Lieferkette weiter zu verbessern, hat Henkel das globale Lieferantenprogramm „Climate Connect“ gestartet. Das Programm unterstützt die Dekarbonisierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette – durch die Erhebung von Emissionsdaten, gemeinsam definierte Reduktionsmaßnahmen und kontinuierliche Weiterqualifizierung der Partner.

In Zusammenarbeit mit dem Klimaschutzpartner „Manufacture 2030“ bindet Henkel weltweit Lieferanten von Rohstoffen, Verpackungen, Handelswaren und Lohnherstellern ein – Bereiche, in denen über 90 Prozent der vorgelagerten Scope-3-Emissionen entstehen. So wächst ein starkes Netzwerk, das nachhaltigen Fortschritt gemeinsam vorantreibt.

Ein weiteres Beispiel für eine erfolgreiche Kooperation innerhalb der Wertschöpfungskette ist die mehr als 10 Jahre andauernde Zusammenarbeit mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad zur Verbesserung der Lebensgrundlage von Kleinbäuerinnen und -bauern aus der Palm(kern)öl-Produktion in Indonesien, Kolumbien und Honduras.



UNSERE MITARBEITER:INNEN

Unser globales Team, das aus rund 47.200 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, um mit unseren innovativen und nachhaltigen Marken und Technologien das Leben zu gestalten und zu bereichern.

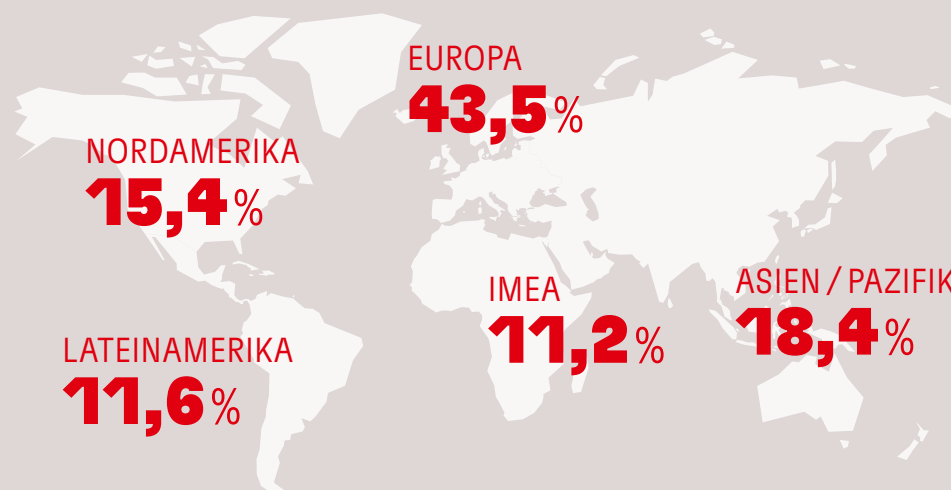
Daher bieten wir unseren Mitarbeiter:innen viele Möglichkeiten zu lernen, vielfältige Erfahrungen zu sammeln und sich so beruflich und persönlich weiterzuentwickeln.

www.henkel.de/karriere

MITARBEITER:INNEN NACH TÄTIGKEITSBEREICHEN¹



MITARBEITER:INNEN NACH REGIONEN¹



MITARBEITER:INNEN AUS 125 NATIONEN

47.200

ANTEIL WEIBLICHER FÜHRUNGSKRÄFTE

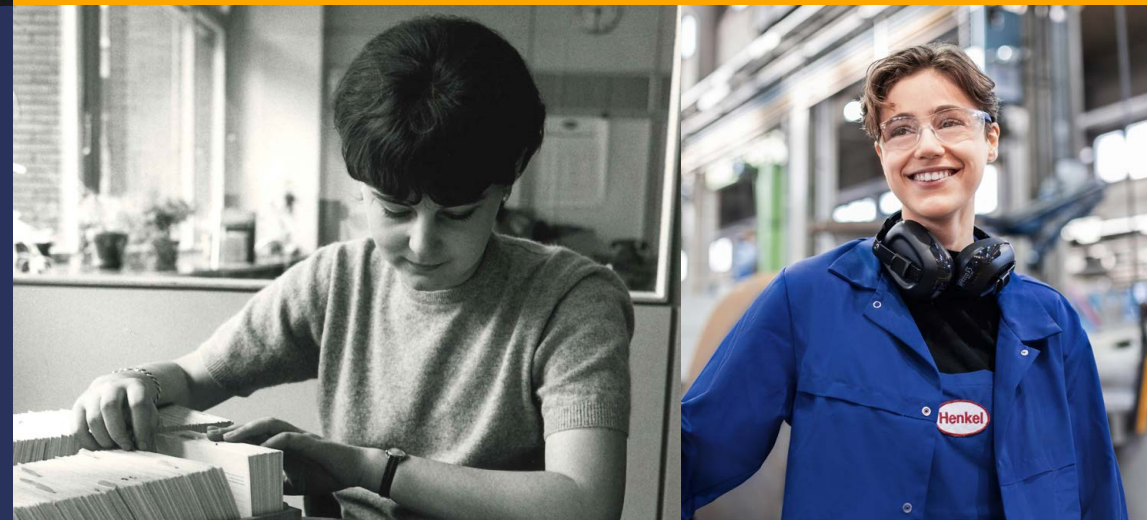
43,2%

¹ Stand: 31.12.2025.

GEPRÄGT VON GENERATIONEN, GESTALTET FÜR DIE ZUKUNFT – 100 JAHRE AUSBILDUNG BEI HENKEL

Seit einem Jahrhundert ist die Ausbildung fester Bestandteil der Unternehmenskultur von Henkel. Was 1925 mit fünf technischen Ausbildungsberufen begann, hat sich über die Jahre zu einem vielfältigen Angebot mit 25 Ausbildungsberufen und fünf dualen Studiengängen entwickelt – geprägt von Wandel, Wachstum und neuen Möglichkeiten.

Ausbildung bedeutet für Henkel, junge Menschen auf ihrem Weg zu begleiten, ihre Potenziale zu erkennen und gezielt zu fördern – mit dem Ziel, gemeinsam Zukunft zu gestalten. In den vergangenen 100 Jahren haben 10.742 Talente ihre Ausbildung bei Henkel erfolgreich abgeschlossen. Viele von ihnen sind geblieben, haben sich weiterentwickelt und Verantwortung übernommen. Einige begleiten heute selbst neue Generationen auf ihrem Weg in das Berufsleben.



GEMEINSCHAFT

Wir setzen alles daran, es Menschen zu ermöglichen, ein besseres Leben zu führen. Unsere gesellschaftliche Verantwortung gilt der Chancengerechtigkeit, der Stärkung von Vielfalt und der Achtung der Menschenrechte. Wir setzen uns weltweit für gesellschaftlichen Fortschritt sowie den Zugang zu und den Ausbau von Bildung ein und leisten Hilfe in Notsituationen.

Wir sind davon überzeugt, dass in der Vielfalt eine große Stärke liegt und dass jeder Mensch es verdient, sich wertgeschätzt zu fühlen. Wir verpflichten uns daher, die Menschenrechte in unserer gesamten Wertschöpfungskette zu respektieren. Dies beginnt bei der konstanten Stärkung einer entsprechenden Unternehmenskultur und -denkweise. Unseren Mitarbeiter:innen bieten wir die Möglichkeit des lebenslangen Lernens und der Weiterentwicklung sowie ein attraktives und gesundes Arbeitsumfeld.





GEMEINSAM RÄUME SCHAFFEN, DIE **LEBEN** VERÄNDERN

Ein sicheres Zuhause bedeutet Schutz, Stabilität und die Chance auf einen Neuanfang. Mit der Initiative „Build for Generations“ unterstützt Henkel Familien in schwierigen Lebenssituationen – ein Programm, an dem sich alle Mitarbeiter:innen weltweit beteiligen können.

Rund 200 Freiwillige engagierten sich im vergangenen Jahr und arbeiteten gemeinsam mit Partnern wie Habitat for Humanity an Bauprojekten und Renovierungen in neun Ländern mit, um gemeinsam neue Räume zu schaffen. In Nordmazedonien und

Rumänien beispielsweise halfen Henkel-Teams auf Baustellen mit, entwickelten neue Fähigkeiten und erlebten, wie gemeinsames Engagement Zukunftsperspektiven eröffnen kann.

„Build for Generations“ schafft Verbindungen, die über Länder- und Kulturgrenzen hinausreichen, und zeigt, dass echter Fortschritt dort entsteht, wo Menschen füreinander Verantwortung übernehmen – heute und für die Generationen von morgen.

150 JAHRE PIONIERGEIST BEREIT FÜR DIE ZUKUNFT

Am 26. September 2026 feiern wir unser 150-jähriges Unternehmensjubiläum – ein Weg, der 1876 mit unserem Gründer Fritz Henkel begann und heute von rund 47.200 Mitarbeiter:innen weltweit weitergegangen wird. Wir sind stolz auf unsere Geschichte und den Pioniergeist, der uns prägt.

Marken über Generationen hinweg erfolgreich zu führen heißt, Herkunft als Stärke zu nutzen – und Zukunft mutig zu gestalten. Dabei stellen wir unsere Mitarbeiter:innen, Kunden und Konsument:innen in den Mittelpunkt. Wir schützen die Umwelt und schaffen bei unseren Partnern Vertrauen, das bleibt. Seit 150 Jahren gestalten wir Fortschritt – und blicken voller Zuversicht nach vorne.

www.henkel.de/150jahre



EIN BLICK IN DIE HENKEL-GESCHICHTE

Von den Anfängen in Aachen über den internationalen Durchbruch bis hin zum börsennotierten Weltkonzern: Aus einer mutigen Idee, die die Art des Wäschewaschens grundlegend veränderte, entstand ein Unternehmen, das heute mit ikonischen Konsumentenmarken und führenden Klebstofftechnologien weltweit tätig ist. Unsere 150-jährige Geschichte ist geprägt von Innovation, Weitblick und Pioniergeist.

www.henkel.de/geschichte



1876



GRÜNDUNG VON HENKEL & CIE

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

1878



ERSTER ERFOLG

Henkel's Bleich-Soda ist ein sofortiger Erfolg. Das neuartige Waschmittel, entwickelt von Fritz Henkel, hellt dank seiner Rezeptur mit dem Rohstoff Wasserglas vergilbte Wäsche auf – ganz ohne sie zu beschädigen.

1907



REVOLUTION IN DER WASCHKÜCHE

Die Markteinführung von Persil als eines der ersten selbsttätigen Waschmittel revolutioniert das Wäschewaschen und macht Henkel zum Waschmittel-Marktführer in Deutschland.

1922



AUS EIGENBEDARF WIRD WELT- WEITE ERFOLGGESCHICHTE

Aufgrund der Folgen des Ersten Weltkriegs befürchtet Henkel Engpässe bei den Klebstofflieferungen zum Verschließen der Waschmittelverpackungen. Deshalb stellt Henkel vorsichtshalber erstmals eigene Leime her und verkauft diese ab 1923 an benachbarte Unternehmen – der Grundstein für das heutige Klebstoffgeschäft.

GEMEINSAM – HEUTE UND FÜR *KOMMENDE* **GENERATIONEN**

Seit 150 Jahren wird der Erfolg von Henkel von den Menschen gestaltet, die hier arbeiten. Mit Engagement und Pioniergeist geben unsere Teams in 75 Ländern täglich ihr Bestes. Sie entwickeln Produkte, die das Leben von Menschen weltweit verbessern, und treiben Lösungen voran, die helfen, ganze Industrien zu verändern. Aus der Tradition eines Familienunternehmens heraus denken wir langfristig und handeln verantwortungsvoll – gegenüber unseren Mitarbeiter:innen, der Umwelt und der Gesellschaft.

Im Jubiläumsjahr stehen die Mitarbeiter:innen besonders im Fokus. Henkel erweitert die Beteiligungs- und Zuschussmöglichkeiten bei seinem Mitarbeiteraktienprogramm, um eine stärkere Teilhabe am Unternehmenserfolg zu ermöglichen. Zudem erhält jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter weltweit einen zusätzlichen freien Tag im Monat des eigenen Geburtstags – als Zeichen der Wertschätzung für die Menschen, die Henkel weltweit prägen und voranbringen.





FUTURE? READY!

150 JAHRE

AUS TRADITION *WIRD ZUKUNFT*

Unser 150-jähriges Jubiläum ist mehr als ein Blick zurück – es ist ein Versprechen für den Weg, der vor uns liegt: Wir sind bereit für die Zukunft. Damals wie heute werden wir von unserem Pioniergeist angetrieben, zukunftsfähige Produkte und Lösungen zu entwickeln. Denn wir sind „Pioneers at heart for the good of generations“.

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 nachhaltigeren 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/HenkelDeutschland

www.youtube.com/henkel

SPOTLIGHT-MAGAZIN

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

www.henkel.de/spotlight

IMPRESSUM

Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf

Telefon: +49 (0) 211 / 797-0

© 2026 Henkel AG & Co. KGaA

Design und Realisierung

RYZE Digital

www.ryze-digital.de

Fotografie

Alistair Berg via Getty Images; Kyle Espeleta;

Alfonso Flores; FreshSplash via Getty Images; Henkel;

Henkel Archiv; Matthias Hewing; Jen Krause; Maskot

via Getty Images; Nils Hendrik Müller; nazar_ab via

Getty Images; Philipp Romppel; Solidaridad Network;

Surasak Suwanmake via Getty Images; Klaus Vedfelt

via Getty Images; Jiamin Ye

Lektorat

Thomas Krause, Krefeld

PR-Nr.: 03 26 1000

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.