

SUSTAINABLE IMPACT REPORT 2025

**ZUKUNFT**  
VERANTWORTUNGSVOLL  
**GESTALTEN**



# INHALT

Erhalten Sie tiefere Einblicke in unser Unternehmen, unsere Nachhaltigkeitsgeschichte und unser Engagement für „Transformational impact for the good of generations“.

Erkunden Sie unser 2030+ Sustainability Ambition Framework und erfahren Sie, wie wir dieses Framework in unseren wichtigsten Schwerpunktbereichen entlang der drei ESG-Dimensionen zum Leben erwecken.

Werfen Sie einen Blick auf unsere Nachhaltigkeitskennzahlen, die unsere Leistung quantifizieren und es uns ermöglichen, die Fortschritte in Bezug auf die in unserer Nachhaltigkeitsstrategie festgelegten Ziele zu verfolgen.

**2** ÜBER DIESEN  
BERICHT

**3** VORWORT

**4** BERICHT-  
HIGHLIGHTS

**5** ÜBER HENKEL

**9** FUTURE?  
READY!

**24** NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

**38** NATUR



S. 39 KLIMA

S. 48 KREISLAUFWIRTSCHAFT

S. 61 NATÜRLICHE RESSOURCEN

S. 69 NACHHALTIGER BETRIEB

**71** GEMEINSCHAFT



S. 72 CHANCENGERECHTIGKEIT

S. 79 BILDUNG

S. 87 WOHLERGEHEN

**93** PARTNER



S. 94 ZUSAMMENARBEIT

S. 102 LEISTUNG

S. 110 TRANSPARENZ

**117** KENNZAHLEN

**145** IMPRESSUM



# ÜBER DIESEN BERICHT

Henkel steht für eine transparente Berichterstattung. Zum 150-jährigen Jubiläum haben wir uns entschlossen, einen umfassenden Sustainable Impact Report zu entwickeln und zu veröffentlichen. Dieser bietet detaillierte Einblicke in unsere Nachhaltigkeitsgeschichte, unsere Nachhaltigkeitsstrategie sowie in die damit verbundenen Erfolge und Leistungen. Zugleich möchten wir mit diesem Bericht eine breitere Zielgruppe erreichen und anhand konkreter Beispiele unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen und Pionierlösungen veranschaulichen.

Die Veröffentlichung ergänzt unsere Nachhaltigkeitserklärung gemäß den Anforderungen der European Sustainability Reporting Standards (ESRS), die Bestandteil unseres Geschäftsberichts 2025 ist. Der Berichtszeitraum des Sustainable Impact Report umfasst das Geschäftsjahr 2025; Stichtag für alle Daten und Fakten ist der 31. Dezember 2025. Anlässlich unseres 150-jährigen Jubiläums haben wir ausgewählte Kapitel durch Daten und Informationen aus früheren Jahren ergänzt, um unser starkes Fundament und unser unternehmerisches Erbe noch deutlicher zu unterstreichen.

Im Einklang mit unserem Anspruch, eine nachhaltigere Zukunft zu gestalten, stellen wir in dieser Publikation außerdem unsere neuen Nachhaltigkeitsziele und -Commitments vor und geben einen Ausblick auf unsere strategischen Themenfelder. Leistungsdaten und Nachhaltigkeitskennzahlen sind im gesamten Bericht enthalten; eine Zusammenfassung findet sich im [Kapitel „Kennzahlen“](#).

Der Sustainable Impact Report erscheint in deutscher und englischer Sprache und ist über unsere [Webseite](#) verfügbar.



## Erfahren Sie mehr



### GESCHÄFTSBERICHT

Unser [Geschäftsbericht](#) bietet umfassende Einblicke in die finanzielle Performance unseres Unternehmens. Zudem enthält er unsere Nachhaltigkeitserklärung im Einklang mit den Anforderungen der European Sustainability Reporting Standards (ESRS).



### HENKEL HIGHLIGHTS

Unsere Broschüre [„Henkel Highlights“](#) vermittelt einen prägnanten Überblick über unser Unternehmen. Sie zeigt unsere Leistung in den Bereichen Finanzen und Nachhaltigkeit auf und präsentiert zugleich ausgewählte Innovations-Highlights aus dem gesamten Unternehmen.



### WEBSEITE

Der Bereich „Nachhaltigkeit“ auf unserer [Webseite](#) bietet umfassende Informationen zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie und den damit erzielten Fortschritten. Darüber hinaus finden sich dort unsere Nachhaltigkeitsberichte sowie unsere Positionen, Codes, Policies und Standards.



### SPOTLIGHT-MAGAZIN

In unserem [„Spotlight“-Magazin](#) veröffentlichen wir ausführliche Beiträge und Gespräche mit Expert:innen über Innovationen, Nachhaltigkeitsaktivitäten und die gelebte Zusammenarbeit in unserem Unternehmen.



### SOZIALE MEDIEN

Über unsere Social-Media-Kanäle teilen wir regelmäßig Geschichten und Einblicke rund um Henkel, um das Bewusstsein für unsere Unternehmenskultur, unsere Innovationen und unsere Nachhaltigkeitsprojekte zu stärken.

## VORWORT

*liebe Freunde des Unternehmens,*

als Fritz Henkel unser Unternehmen vor 150 Jahren gründete, hätte er sich die heutige Welt kaum vorstellen können – geprägt von globalen Märkten, digitalen Technologien und tiefgreifenden ökologischen wie gesellschaftlichen Herausforderungen. Doch sein Pioniergeist prägt uns bis heute. Wir sind weiterhin überzeugt, dass Fortschritt einem höheren Zweck dienen und Verantwortung für kommende Generationen untrennbar mit wirtschaftlichem Erfolg verbunden sein muss.

Aus dieser Überzeugung heraus entstand unser erster Sustainable Impact Report. Zusammen mit der ESRS-konformen Nachhaltigkeitserklärung im Geschäftsbericht richtet er sich an alle, die verstehen möchten, was Nachhaltigkeit für Henkel bedeutet – Mitarbeitende, Partner, Kunden und Menschen, die die Geschichten hinter unseren Zahlen kennenlernen wollen. Anhand von Bildern, Beispielen, Fakten und Daten machen wir unsere Wirkung transparent, nachvollziehbar und leicht zugänglich.

Unsere 150-jährige Geschichte zeigt: Unsicherheit und Wandel sind keine Hindernisse, sondern Katalysatoren.

Immer wieder hat Henkel Herausforderungen in Chancen verwandelt, Grenzen verschoben und sich neu erfunden – stets verbunden mit Verantwortung gegenüber Mensch, Natur und Gesellschaft. Diese Tradition von Mut und Engagement wird uns auch künftig durch eine Ära des tiefgreifenden Wandels führen.

**„Nachhaltigkeit ist heute ein natürlicher Bestandteil unseres täglichen Handelns – mit dieser Stärke werden wir unser Geschäft künftig noch robuster aufstellen. Gemeinsam sind wir zukunftsfähig.“**

Nachhaltigkeit heute ist unerlässlich und eine Voraussetzung für Zukunftsfähigkeit, Resilienz und langfristige Wertschöpfung. Henkel ist sehr gut aufgestellt, um diese Transformation mitzugestalten: Wir sind ein globaler Akteur mit starken lokalen Wurzeln, ein Familienunternehmen mit ausgeprägter Kultur, engagierten Mitarbeiter:innen und einer engen Verbindung zu Wissenschaft und Innovation. Unsere Produkte und Lösungen sind darauf ausgelegt, eine Vielzahl von Branchen zu transformieren, und erreichen täglich Millionen von Verbraucher:innen. Gleichzeitig wissen wir: Kein Unternehmen kann die großen Herausforderungen allein lösen. Wirkungsvolle Veränderungen entstehen nur durch Zusammenarbeit über Branchen, Wertschöpfungsketten und Gemeinschaften hinweg.

Unser 2030+ Sustainability Ambition Framework ist unser Kompass. In unserem Jubiläumswahljahr haben wir diesen strategischen Ansatz mit neuen Zielen und Commitments geschärft. Mit Blick auf die Zukunft werden wir unseren Weg zur Klimaneutralität bis 2045 fortsetzen, Chancengerechtigkeit für unsere Mitarbeiter:innen fördern und die Nachhaltigkeitsstandards in unseren Lieferketten stärken.

In den Bereichen Klimaschutz, gesellschaftliches Engagement und Zusammenarbeit werden wir bereits als Leader und verlässlicher Partner angesehen. Dieses Momentum wollen wir nutzen und gemeinsam mit unseren Stakeholdern und Partnern weitere Fortschritte erzielen.

Unsere Erfahrung aus 150 Jahren gibt uns die Kraft, das Selbstvertrauen und die Zuversicht, voranzugehen und die Zukunft aktiv zu gestalten – im Sinne eines „Transformational impact for the good of generations“. Wir sind bereit für die kommenden Herausforderungen und überzeugt von unserer Zukunftsfähigkeit.

Wir laden Sie ein, diesen Bericht zu entdecken – und hoffen, dass seine Einblicke Sie inspirieren, uns auf dem Weg in eine nachhaltige und lebenswerte Zukunft zu begleiten.

Düsseldorf, 14. April 2026

*Sylvie Nicol*

**Sylvie Nicol**  
Mitglied des Vorstands  
Personal, Infrastruktur und  
Nachhaltigkeit



# BERICHT- HIGHLIGHTS

## 150 JAHRE HENKEL

In unserem Jubiläumsjahr bekräftigen wir unser langjähriges Engagement für Nachhaltigkeit, Innovation und verantwortungsvolles Wachstum und unterstreichen unseren Anspruch, auch in Zukunft soziale, ökologische und wirtschaftliche Fortschritte zu erzielen.

[Mehr dazu auf Seite 9](#)



## NEUE ZIELE UND COMMITMENTS 2030

Henkel hat neue Ziele und Commitments für den Zeitraum 2026–2030 in sein bestehendes 2030+ Sustainability Ambition Framework integriert.

[Mehr dazu auf Seite 21](#)

## –29% ABSOLUTE THG-EMISSIONEN DER SCOPES 1, 2 UND 3

Zwischen 2021 und 2025 haben wir große Fortschritte in Richtung Net-Zero erzielt und unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen um 5,4 Millionen Tonnen reduziert.

[Mehr dazu auf Seite 39](#)

## FAIRNESS UND CHANCENGERECHTIGKEIT: EXISTENZSICHERNDER LOHN

Um Armut und Einkommensungleichheit zu verringern, hat Henkel seine globale Verpflichtung zur fairen Vergütung durch die Ausrichtung an lokalen Benchmarks für existenzsichernde Löhne verstärkt.

[Mehr dazu auf Seite 78](#)



## HEART: CO<sub>2</sub>-FUSSABDRUCK TRANSPARENT MACHEN

Mit HEART – dem Henkel Environmental Assessment and Reporting Tool – verfolgt Henkel einen datengesteuerten Ansatz zur Messung und Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen entlang seiner gesamten Wertschöpfungskette.

[Mehr dazu auf Seite 116](#)



## CO<sub>2</sub>-NEUTRALE PRODUKTION FÖRDERN

Mit intelligenter Energieüberwachung, modernen Effizienztechnologien sowie großen Solaranlagen und vollständig elektrifizierten Standorten beschleunigt Henkel weltweit den Übergang zu einer vollständig CO<sub>2</sub>-neutralen Produktion.

[Mehr dazu auf Seite 43](#)



## EINBINDUNG VON VERBRAUCHER:INNEN

Mit der Initiative „It starts with us“ befähigt Henkel Verbraucher:innen, Ressourcen nachhaltiger zu nutzen – von Wassereinsparung und Recycling bis hin zu energieeffizientem Waschen bei niedrigeren Temperaturen.

It starts  
with us.

[Mehr dazu auf den Seiten 46, 56 und 64](#)

## BEWERTUNG DES NACHHALTIGKEITSPORTFOLIOS

Wir setzen robuste Bewertungstools zur Messung der Produktleistung ein. Unsere extern geprüfte Nachhaltigkeitsportfoliobewertung 2025 untermauert unser Engagement für Transparenz und messbare Fortschritte.

[Mehr dazu auf Seite 109](#)



## 15. GEBURTSTAG DER FORSCHERWELT

Henkel erweckt die Wissenschaft für junge Lernende zum Leben. Die internationale Bildungsinitiative „Forscherwelt“ ermutigt Kinder, wissenschaftliche Konzepte durch praktische Experimente zu erforschen.



[Mehr dazu auf Seite 86](#)



# HENKEL AUF EINEN BLICK

UMSATZ



# 20,5 Mrd. €

UNSERE TOP-MARKEN



# 165

PRODUKTIONSSTÄNDE  
WELTWEIT

RUND

# 47.200

MITARBEITER:INNEN AUS 125 NATIONEN

HAUPTSITZ IN

# Düsseldorf

# 53

LÄNDER, IN DENEN WIR  
PRODUZIEREN

UNTERNEHMENSBEREICHE

- 1 ADHESIVE TECHNOLOGIES
- 2 CONSUMER BRANDS

# GEGRÜNDET 1876



ERFOLG MIT MARKEN  
UND TECHNOLOGIEN  
SEIT FAST

# 150

JAHREN

HERVORRAGENDE  
NACHHALTIGKEITSLISTUNGEN



# PIONEERS AT HEART FOR THE GOOD OF GENERA- TIONS

Unser Unternehmenszweck beschreibt, was uns alle bei Henkel vereint: „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.



# UNSER STRATEGISCHER **RAHMEN**

Wir gestalten unsere Zukunft auf der Grundlage eines langfristigen strategischen Rahmens mit klarem 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.



**“Win the 20s by outperforming the markets through innovative and sustainable solutions.”**

# GANZHEITLICHES **WACHSTUM**

ERFOLGREICHES  
**PORTFOLIO**

**WETTBEWERBSVORTEILE**

INNOVATION

**NACHHALTIGKEIT**

DIGITALISIERUNG

ZUKUNFTSFÄHIGE  
**GESCHÄFTS-  
PROZESSE**

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

## Adhesive Technologies

GLOBALER MARKTFÜHRER FÜR  
**KLEBSTOFFE, DICHTSTOFFE  
UND BESCHICHTUNGEN** FÜR  
INDUSTRIE, VERBRAUCHER:INNEN  
UND HANDWERKER:INNEN.

## Consumer Brands

WELTWEIT AKTIV IN DEN  
BEREICHEN **WASCH- UND  
REINIGUNGSMITTEL**  
SOWIE HAARPFLEGE.

# UNSERE UNTERNEHMENS- BEREICHE

Mit seinen Marken, Innovationen und Technologien nimmt Henkel weltweit führende Marktpositionen im Industrie- und Konsumentengeschäft ein.

Unsere beiden Unternehmensbereiche verbindet der Pioniergeist, das Leben jeden Tag neu zu denken und zu verbessern – heute und für kommende Generationen. Unsere Produkte spielen im Alltag von Millionen Menschen eine wichtige Rolle und tragen dazu bei, ganze Branchen zu transformieren.



ÜBER HENKEL

FUTURE? READY!  
150 JAHRE HENKEL

STRATEGIE

NATUR

GEMEINSCHAFT

PARTNER

KENNZAHLEN

# 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.

150  
JAHRE



SUSTAINABLE IMPACT REPORT

9

## 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.

[Entdecke unsere Henkel-Geschichte ↗](#)

# 150 JAHRE

Zum 150-jährigen Jubiläum blickt Henkel auf eine Geschichte zurück, die nicht nur von Innovationskraft und Unternehmergeist geprägt ist, sondern ebenso von einer tief verankerten Verantwortung für Mensch und Umwelt. Schon lange bevor Nachhaltigkeit die Bedeutung erlangte, die sie heute hat, integrierte Henkel soziales Engagement, Umweltschutz und zukunftsorientierte Lösungen in seine Unternehmensstruktur. Heute verstehen wir Nachhaltigkeit nicht nur als Teil unseres Erbes – sie ist einer unserer zentralen Unternehmenswerte und ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. Sie schafft die Grundlage für profitables Wachstum und generiert Mehrwert für all unsere Stakeholder.

## UNSER NACHHALTIGKEITS-



## VERMÄCHTNIS

# 1907

### Mehr Hygiene, weniger Arbeit!

Persil wurde als erstes selbstwirkendes Waschmittel entwickelt, das chlorfrei wäscht und bleicht. Es erspart die aufwändige Handreinigung und ermöglicht gleichzeitig die Einhaltung hoher Hygienestandards.



# 1940

### Einführung von Kinderbetreuung und Gesundheitsdienstleistungen

Gründung des ersten Firmenkindergartens und eines freiwilligen betriebsärztlichen Dienstes.

# 1965

### Frauen in der Chemie

Beginn der Ausbildung für Chemielaborantinnen und Büroassistentinnen, um Frauen bessere Chancen in naturwissenschaftlich geprägten Berufen zu eröffnen.



# 1925

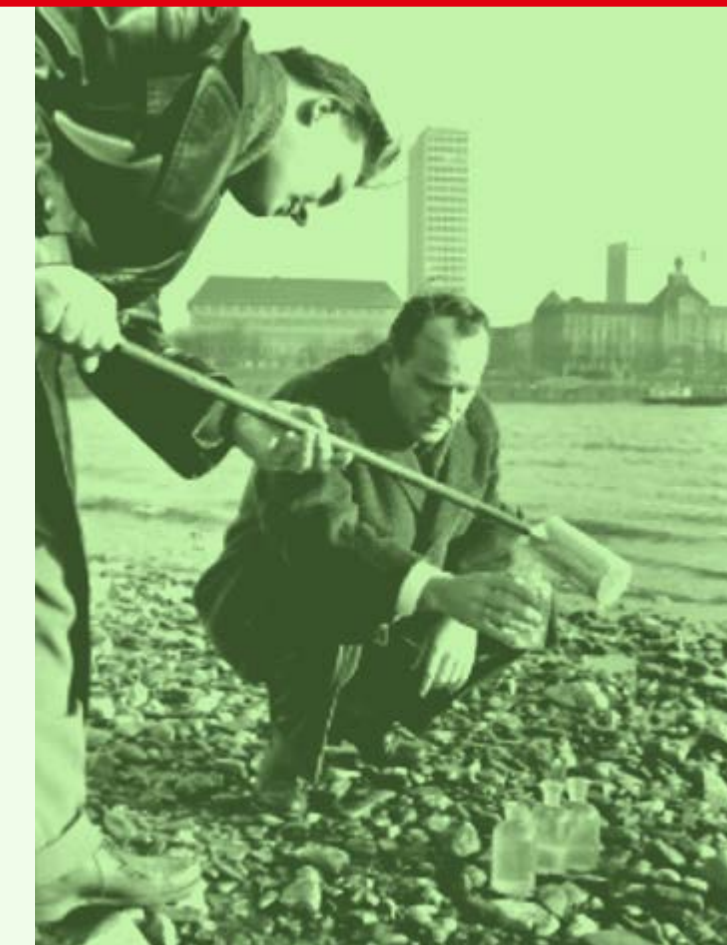
### Start der Berufsausbildung

Beginn einer systematischen Berufsausbildung bei Henkel: 15 Auszubildende werden eingestellt, um gut geschulte Mitarbeiter:innen zur Verfügung zu haben. Bis heute hat Henkel mehr als 10.000 Mitarbeiter:innen ausgebildet.

# 1958

### Überprüfung der Wasser- qualität des Rheins

Henkel beginnt mit der Durchführung systematischer Überwachungen und Umweltqualitätsprüfungen des Rheins auf Waschmittelbestandteile (Tenside).



# 1969

### Erster lösemittelfreier Pritt-Klebestift

Der lösemittelfreie Pritt-Klebestift kommt auf den Markt und reduziert die Menge an freigesetzten flüchtigen organischen Verbindungen (VOCs) – und damit die Luftverschmutzung.



# 1972

## Frühes Engagement für unternehmerische Verantwortung

Dr. Konrad Henkel setzt sich für Umweltschutz und soziale Verantwortung ein – Themen, die anschließend in den Mittelpunkt einer umfangreichen PR-Kampagne rücken.

### UNTERNEHMEN, DIE NUR IN GEWINNEN DENKEN, WERDEN BALD EINE MENGE ZU VERLIEREN HABEN.

Es ist klar, daß Unternehmen Gewinne machen müssen. Diese ohne Gewinn kann ein Unternehmen auf die Dauer nicht leben. Es kann nicht existieren. Nicht bestehen. Nicht wachsen. Keine neuen Arbeitsplätze schaffen. Die alten nicht halten.

Erst wenn Unternehmen neben auf zukunftsweisend denken, auch mit anderen Maßnahmen zusammen zu arbeiten, als nur mit dem Gewinn. Dann können sie langfristig bestehen und die Welt ein besseres Leben für Millionen Menschen beitragen. Wasser und saubere Natur.

Wir werden Fortschritt, der notwendig ist.

# 1992

## Erster Umweltbericht

Henkel veröffentlicht seinen ersten Umweltbericht. Seitdem informieren wir unsere Stakeholder in einem jährlichen Bericht über unsere Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit.

# 2000

## Gründung des Sustainability Councils

Als zentrales Entscheidungsgremium steuert der Sustainability Council unsere globalen Nachhaltigkeitsaktivitäten. Die Mitglieder vertreten die Unternehmensbereiche und Zentralfunktionen, die für die operative Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie verantwortlich sind.



# 2011

## Initiative „Together for Sustainability (TfS)“

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

# 2022

## Launch unseres 2030+ Sustainability Ambition Framework

Unser 2030+ Sustainability Ambition Framework definiert unsere langfristigen Ziele in den drei Dimensionen „Natur“, „Gemeinschaft“ und „Partner“.



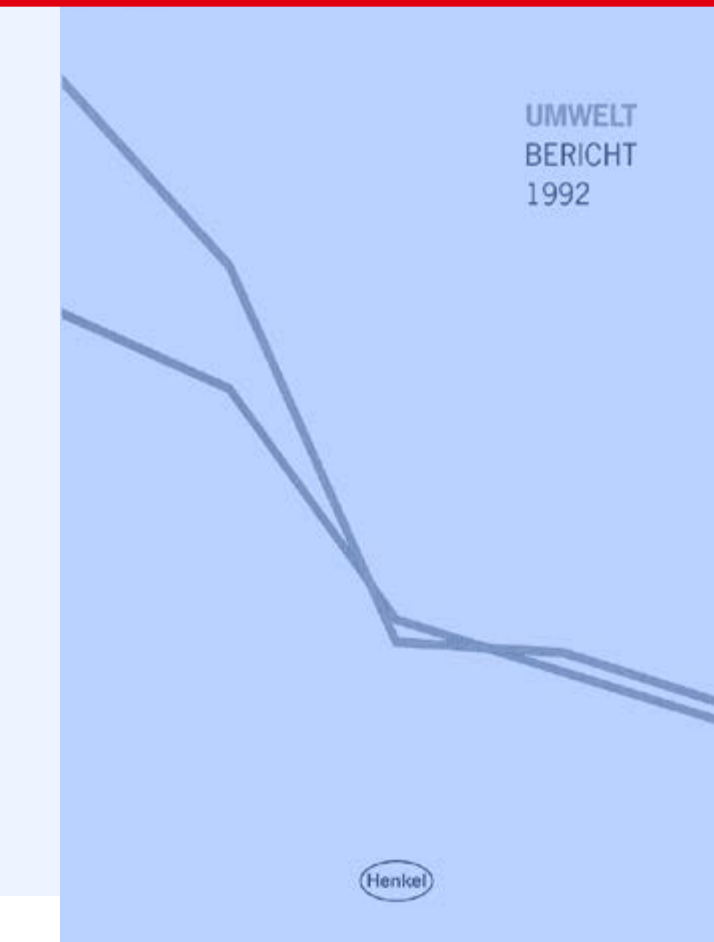
## Umwelt ja, Flecken nein.



# 1983

## Phosphatfreies Waschmittel

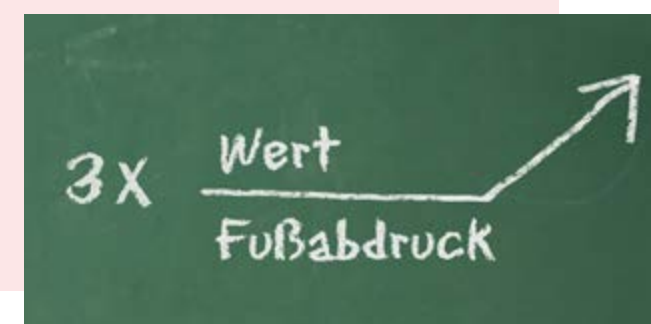
Dixan ist das erste vollständig phosphatfreie Waschmittel von Henkel, wodurch es dazu beiträgt, die Überdüngung von Flüssen und Seen zu reduzieren. Die führende Premium-Marke Persil folgt im Jahr 1986.



# 2011

## „Faktor 3“-Ziele

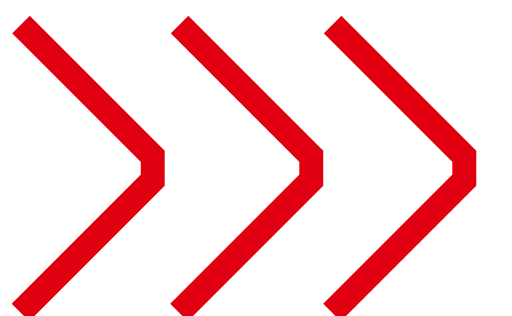
Neue Ziele bis 2030 werden eingeführt: Henkel verfolgt das Ziel, seine Geschäftstätigkeiten im Vergleich zum ökologischen Fußabdruck des Basisjahres 2010 dreimal effizienter zu gestalten.



# 2020

## SBTi bestätigt Klimaziele

Die Science Based Targets initiative (SBTi) bestätigt, dass die CO<sub>2</sub>-Emissionsreduktionsziele von Henkel im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen stehen, dessen Ziel es ist, die Erderwärmung auf 1,5 Grad Celsius über dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen.





# 2024

## Einführung von SBTi-Net-Zero-Zielen

Henkel entwickelt eine Net-Zero-Roadmap, um sich entlang der gesamten Wertschöpfungskette deutlich ambitioniertere Ziele zur Emissionsreduktion zu setzen. Diese Ziele wurden von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert.



# 2025

## Neue Berichtsstandards

Mit der Veröffentlichung unseres Nachhaltigkeitsberichts 2024 werden erstmals die European Sustainability Reporting Standards (ESRS) als inhaltliches Rahmenwerk verwendet.



# FUTURE? READY!

# 2024

## Geschlechterneutrale Elternzeit

Henkel führt eine geschlechterneutrale Elternzeit für die gesamte weltweite Belegschaft ein. Eltern erhalten bis zu acht Wochen voll bezahlte Auszeit – orientiert an ihrer Rolle als Betreuungsperson und unabhängig von Geschlecht oder biologischem Elternstatus.



# 2026

## Veröffentlichung aktualisierter Nachhaltigkeitsziele

2025 haben wir unsere Nachhaltigkeitsziele überprüft und 2026 aktualisierte und priorisierte Ziele als Teil des 2030+ Sustainability Ambition Frameworks veröffentlicht.

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. Eine Zukunft, in der gesellschaftlicher Fortschritt, ein lebenswertes Umfeld und wirtschaftlicher Erfolg gleichermaßen gesichert sind. 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“.





# VON RISIKO ZU RESILIENZ: WARUM NACHHALTIGKEIT DER SCHLÜSSEL ZUR ZUKUNFTSFÄHIGKEIT IST

Die aktuelle globale Lage macht deutlich: Es braucht entschlossenes Handeln. Steigende Emissionen, rasant wachsender Ressourcenverbrauch und der zunehmende Druck auf die Ökosysteme unseres Planeten zeigen, dass Nachhaltigkeit keine Option mehr ist – sondern Voraussetzung für wirtschaftliche Stabilität und zukünftigen Wohlstand.

Bereits sieben der neun „planetaren Grenzen“ des Stockholm Resilience Centre sind überschritten. Gleichzeitig stuft der Global Risks Report 2024 des Weltwirtschaftsforums Umwelt- und Erdsystemrisiken als gravierendste Bedrohungen des kommenden Jahrzehnts ein. Die Menschheit bewegt sich außerhalb des ökologischen Rahmens, der ein stabiles Erdsystem sichern kann. Auch der UN-Environmental Outlook 2025 unterstreicht die Dringlichkeit und weist darauf hin, dass Nichthandeln wirtschaftlich deutlich teurer wäre.

Mit fortschreitender Erderwärmung werden Dürren, Überschwemmungen und Artensterben wahrscheinlich zunehmen – und damit Ressourcenknappheit, Migration und geopolitische Spannungen verstärken. Gleichzeitig verschärft wachsende soziale Ungleichheit gesellschaftliche Konflikte und bedroht Menschenrechte.



## Resilienz als Business Case: Nachhaltigkeit zahlt sich aus

Ein zunehmend volatiles Umfeld wird voraussichtlich Lieferketten unterbrechen, Rohstoffkosten erhöhen und zu Marktveränderungen führen. Wir beobachten diese Entwicklungen mit Sorge, da sie unsere Geschäftsrisiken erhöhen. Gleichzeitig erkennen wir an, dass Unternehmen wie Henkel eine wichtige Rolle spielen können – indem sie den notwendigen transformativen Wandel mitgestalten, zur gesellschaftlichen Resilienz beitragen und eine lebenswerte Zukunft innerhalb der planetaren Grenzen ermöglichen. Um positiven Einfluss zu erzielen, müssen wir Unsicherheit als Chance begreifen und Herausforderungen als Ausgangspunkt für Fortschritt nutzen. Mit vorausschauenden Entscheidungen wollen wir die Umwelt schützen, Ressourcen verantwortungsvoll einsetzen und einen Beitrag zur Gesellschaft leisten – und gleichzeitig unser Unternehmen stärken.

Unser Ziel ist es, Arbeitsbedingungen zu verbessern, unsere Marktposition zu festigen und unsere Organisation widerstandsfähig aufzustellen. Nachhaltigkeit betrachten wir dabei als zentralen Treiber für Wettbewerbsfähigkeit, Wachstum und langfristige Wertschöpfung.

## Unsere Richtung: Zukunftsfähig

Zukunftsfähigkeit bedeutet, wirtschaftlichen Erfolg so zu gestalten, dass er mit den planetaren Grenzen vereinbar bleibt. Ein Blick in die Zukunft zeigt: Nachhaltigkeit wird weiterhin von zentraler Bedeutung sein.

Die Umstellung auf eine faire, dekarbonisierte Kreislaufwirtschaft ist ein fortlaufender Prozess. Sie erfordert Mut, Beständigkeit und zukunftsorientierte Veränderungen in unserem Unternehmen, unseren Märkten und unserer Lieferkette. Die Erfahrung aus 150 Jahren gibt uns die Stärke, das Selbstvertrauen und den Mut, voranzugehen, die Zukunft aktiv zu gestalten, neue Wege zu beschreiten und nach einem „Transformational impact for the good of generations“ zu streben.





# TRANSFORMATIONAL **IMPACT** FOR THE **GOOD** OF **GENERATIONS**

## Es liegt an uns

Transformation ist kein fernes Ziel – sie ist unsere Realität. Unser Anspruch ist es, einen spürbar positiven Beitrag für Menschen und den Planeten zu leisten. Wir übernehmen Verantwortung und gehen als Kraft für das Gute voran. Henkel befindet sich in einer einzigartigen Position, dieser Aufgabe gerecht zu werden: Wir bauen auf einer langen Tradition der Fürsorge für Mensch und Umwelt auf – getragen von Jahrzehnten nachhaltiger Geschäftspraktiken, die unsere Unternehmenskultur geprägt haben und weiterhin prägen.

Unternehmen wie unseres haben das Potenzial, Wandel aktiv voranzutreiben – durch ihre Produkte und Dienstleistungen ebenso wie durch ihre Rolle als Arbeitgeber, Investor und Innovator.

## Pioneers at heart

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

Pionierarbeit ist unser Weg, voranzugehen, neue Pfade zu erschließen und nach bahnbrechenden Lösungen zu streben. Nachhaltigkeit ist dabei ein zentraler Bestandteil – und zugleich ein zentrales Element unserer Unternehmensstrategie, der ‚Purposeful Growth‘-Agenda.

Unser 2030+ Sustainability Ambition Framework ist eng mit unserem Anspruch verknüpft, einen „Transformational impact for the good of generations“ zu erzielen. „For the good of generations“ steht für unsere langfristige Perspektive und

den Anspruch, nachhaltigen Wert über Generationen hinweg zu schaffen. „Transformational impact“ verdeutlicht, dass wir hohe Erwartungen an unseren geschäftlichen Erfolg haben – getragen von unserer langen Tradition verantwortungsvollen Handelns und unserer starken Verankerung im Bereich Nachhaltigkeit.

Wir setzen uns entschlossen dafür ein, nachhaltige Wirkung zu erzielen. Auf unserem Weg hin zu mehr Effizienz, Kreislaufwirtschaft und sozialem Fortschritt haben wir bereits wichtige Meilensteine erreicht – und wissen zugleich, dass noch viel vor uns liegt. Gemeinsam mit unseren Partnern treiben wir den systemischen Wandel weiter voran, indem wir unsere Stärken entlang der gesamten Wertschöpfungskette einbringen. Diese Transformation ist herausfordernd, doch wir sind bereit, uns weiterzuentwickeln, agil zu bleiben und neue Lösungen voranzutreiben.



## Systemische Veränderungen vorantreiben

Wir handeln jetzt – indem wir investieren, Neues schaffen und messbare Fortschritte erzielen. Unser 2030+ Sustainability Ambition Framework bildet den strategischen Rahmen unserer globalen Nachhaltigkeitsarbeit. Es spiegelt unseren Anspruch wider, einen „Transformational impact for the good of generations“ zu erreichen – mit klaren Zielen und Commitments für dieses Jahrzehnt.

Wir denken in Systemen, denn wir wissen: Kein Unternehmen kann den Wandel allein bewältigen. Deshalb arbeiten wir eng mit Partnern entlang der Wertschöpfungskette, politischen Entscheidungsträgern, Gemeinschaften und unserem gesamten Unternehmensumfeld zusammen. Durch gemeinsames Handeln beschleunigen wir den Übergang zu einer nachhaltigen Wirtschaft und leisten einen Beitrag zur Erreichung der Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen.

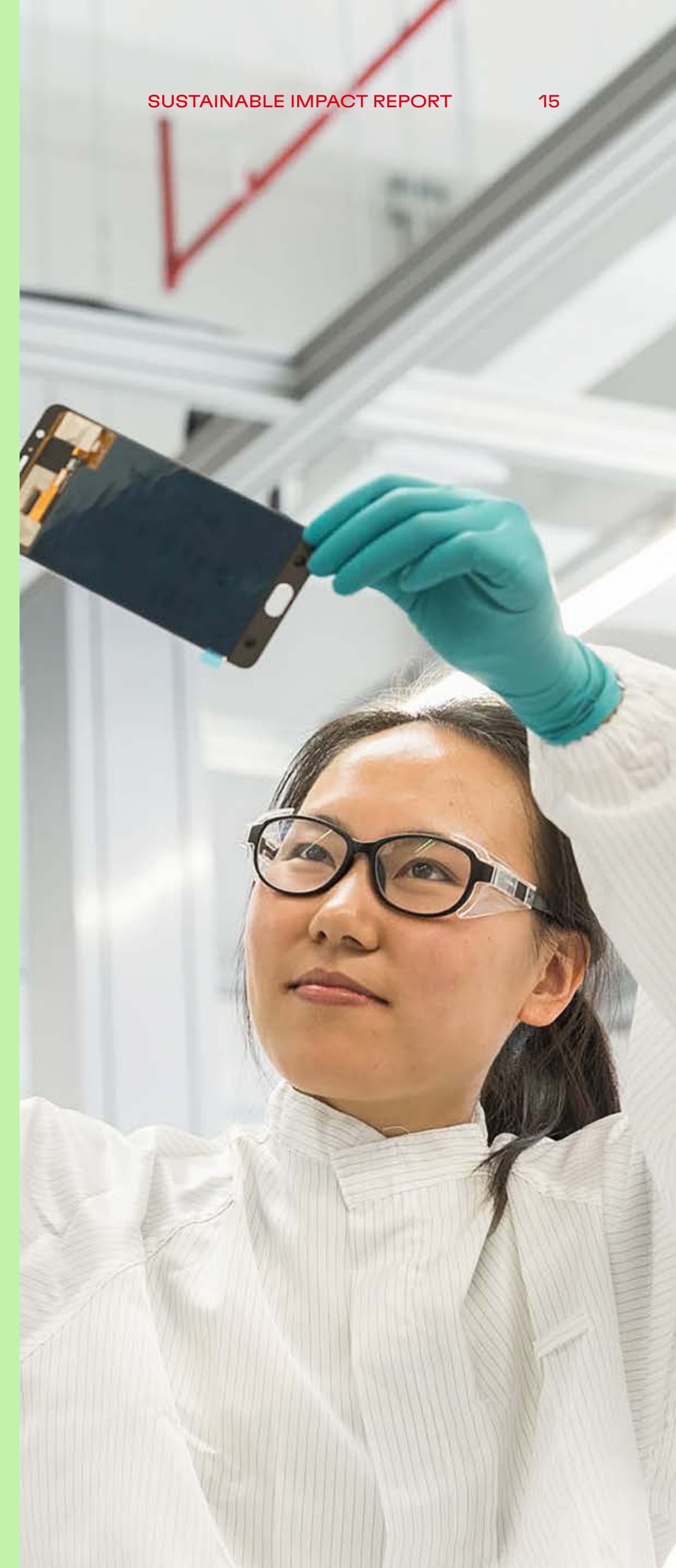


## Gemeinsam zum Wohle der Generationen

Unser Ziel, einen „Transformational impact for the good of generations“ zu schaffen, eint uns in allen Unternehmensbereichen und Regionen. Wir bringen unterschiedliche Perspektiven mit einem gemeinsamen Ziel zusammen: Wir engagieren uns für Pionierarbeit, um positive Veränderungen voranzutreiben, die den Menschen und der Umwelt zugutekommen.

Mit unseren Marken und Technologien setzen wir Ambitionen in Taten um: Wir verbessern Produkte für Verbraucher:innen und unterstützen ganze Branchen dabei, nachhaltiger zu wirtschaften. Durch den offenen Dialog mit Mitarbeiter:innen, Kunden und Partnern gestalten wir kontinuierlich langfristige Veränderungen.

In einer dynamischen und sich entwickelnden Welt bilden unsere Unternehmenswerte und unser langjähriges Engagement für Nachhaltigkeit ein solides und zuverlässiges Fundament. Zugleich arbeiten wir kontinuierlich daran, neue Möglichkeiten für noch größere Wirkung zu erschließen – und ein verlässlicher Motor der Transformation zu sein, heute, morgen und für kommende Generationen.





# EIN STARKES FUNDAMENT, AUF DEM WIR AUFBAUEN KÖNNEN

Wir nutzen das, was uns auszeichnet: 150 Jahre Know-how, die Innovationskraft unserer Unternehmensbereiche und die Expertise unserer Mitarbeiter:innen. Auf Basis unserer Tradition und Erfahrung und einer klaren Strategie mit verbindlichen Zielen befähigen wir Kunden und Verbraucher:innen, verantwortungsbewusster zu handeln. Innovation, Unternehmergeist und wissenschaftliche Präzision prägen unsere Arbeit – und sichern die Qualität und Leistungsfähigkeit unserer Produkte.

Unsere Produkte und Technologien sind Bestandteil des Alltags von Millionen Menschen und prägen Gesellschaften weltweit. Gleichzeitig verschafft uns die enge Verbindung zu Verbraucher:innen in allen Märkten ein klares Mandat – und eine große Chance –, den Übergang zu einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft zu beschleunigen und wirkungsvolle Vorteile für Mensch und Umwelt zu schaffen. Diese Rolle als verlässlicher, verantwortungsvoller Partner und aktiver Treiber des nachhaltigen Wandels nehmen wir bewusst an.

Wir sind stolz auf das, was wir gemeinsam erreicht haben, und auf die Haltung, mit der wir Nachhaltigkeit zu einem selbstverständlichen Bestandteil unseres täglichen Handelns gemacht haben.

### Nachhaltiger Impact durch starke Ergebnisse

Mit konkreten Maßnahmen und Projekten haben wir Nachhaltigkeit fest in unser Kerngeschäft integriert – mit dem Ziel, einen spürbaren „Transformational impact for the good of

generations“ zu erzielen. In allen drei ESG-Dimensionen – Umwelt, Soziales und Governance – haben wir bereits wichtige Fortschritte erreicht und unsere zentralen Ziele und Ambitionen in den Bereichen Natur, Gemeinschaft und Partnerschaften deutlich vorangetrieben.

## Unsere Erfolge 2025

**-29%**

absolute THG-Emissionen der Scopes 1, 2 und 3 (vs. 2021)

**-28%**

absolute Scope-3-THG-Emissionen (vs. 2021)

CO<sub>2</sub>-neutrale Produktion an

**37**

Standorten



**+59%**

sicherer pro eine Million Arbeitsstunden (vs. 2010)



**-41%**

Produktionsabfälle pro Tonne Produkt (vs. 2010)

**28%**

Anteil an recyceltem Kunststoff für Verpackungen unserer Konsumgüterprodukte



**+195%**

insgesamt effizienter – Faktor 3 (vs. 2010)

**98%**

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



## 150 Jahre Erfolg getrieben durch Menschen und Werte

Unsere 150-jährige Erfolgsgeschichte wird von unseren Kolleg:innen weltweit getragen und geprägt. Mit Einsatz und Pioniergeist geben unsere rund 47.200 Mitarbeiter:innen in über 75 Ländern jeden Tag ihr Bestes. Sie entwickeln Produkte, die das Leben von Menschen weltweit verbessern, und arbeiten an Lösungen, die ganze Branchen voranbringen.

In der Tradition eines Familienunternehmens verwurzelt, denken wir langfristig und handeln verantwortungsvoll. Seit 150 Jahren stehen wir für Zuverlässigkeit, Stabilität und Unternehmergeist. Unsere Eigentümerfamilie ist heute noch aktiv eingebunden und steht persönlich für die Werte ein, die unser Handeln seit Generationen leiten. Auf diese Weise verbinden wir globale Stärke mit lokalen Wurzeln und gestalten die Zukunft, ohne unsere Herkunft aus den Augen zu verlieren.

## Nachhaltiges Handeln ermöglichen

Unsere Unternehmensbereiche sind nah an unseren Kunden und Verbraucher:innen und bieten ihnen vielfältige Möglichkeiten, nachhaltiger zu handeln. Gleichzeitig zeigen sie, wie nachhaltige Materialien den eigenen Fußabdruck reduzieren – und Produktion sowie Logistik kontinuierlich verbessern können.

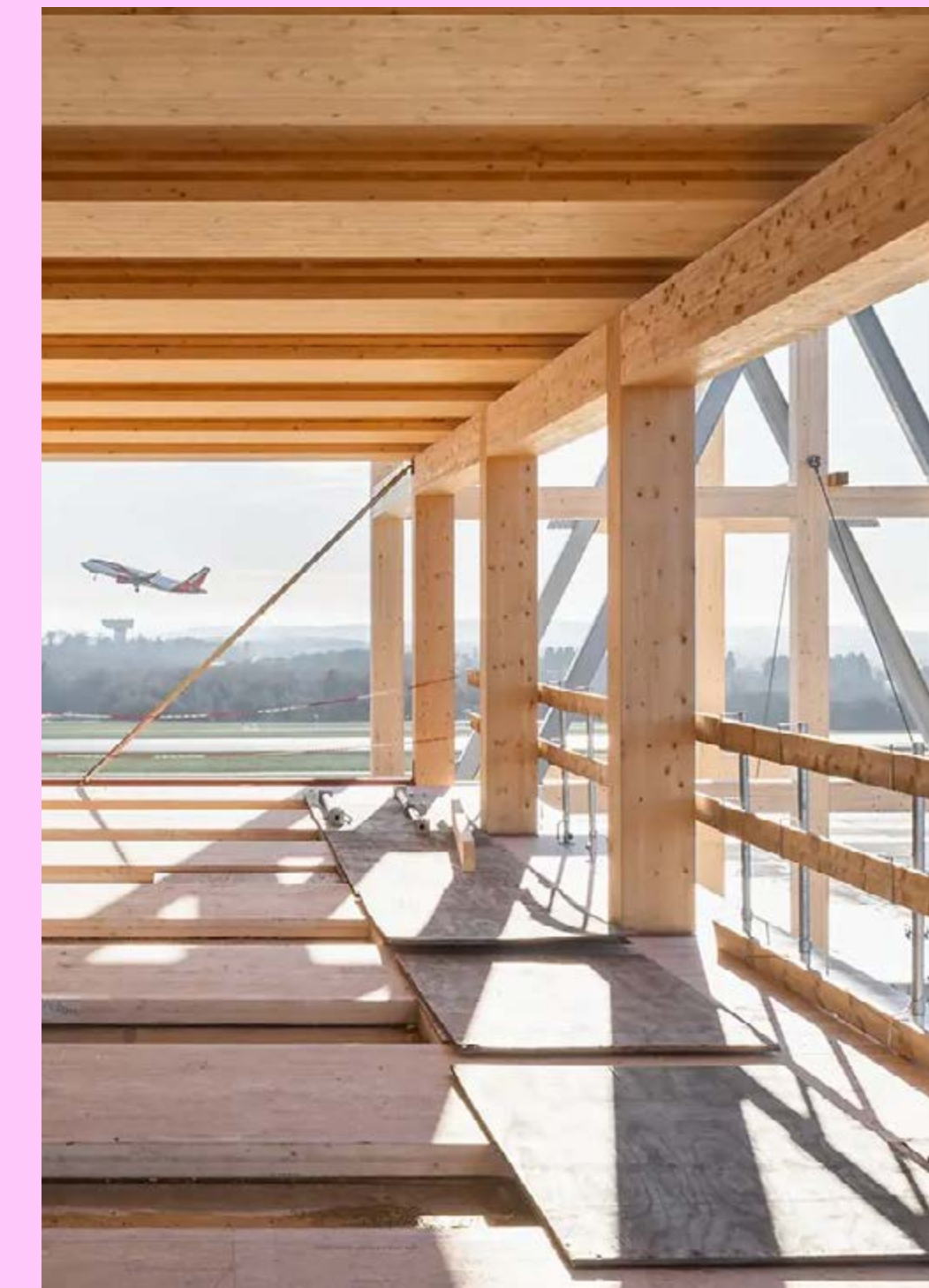
Adhesive Technologies entwickelt sein Material- und Technik-Know-how in den Bereichen Kleben, Dichten und Beschichten kontinuierlich weiter. Mit unserer Expertise in der Kreislaufwirtschaft entwickeln wir innovative Produkte und Prozesse, die Recycling ermöglichen, Abfall reduzieren, Ressourcen sparen und die Lebensdauer von Materialien verlängern. Unsere Debonding-Technologien erleichtern beispielsweise die Reparatur, Wiederverwendung und das Recycling und unterstützen die Trennung von Materialien, die sonst nicht gemeinsam recycelt werden können. Zudem investieren wir in emissionsarme Lösungen, die unseren Kunden und Partnern in verschiedenen Branchen helfen, ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu senken und ihre Klimaziele zu erreichen.

Hier sind nur zwei Beispiele dafür, wie Adhesive Technologies erfolgreich nachhaltige Lösungen für Kunden umsetzt:



**E-MOBILITÄT:** Mit unseren innovativen Kleb- und Dichtstoffen spielen wir eine entscheidende Rolle in der Batterieherstellung und bei der Sicherheit von Elektrofahrzeugen – und treiben so die Zukunft der Mobilität voran. Henkel ist Vorreiter einer neuen Generation von Batterieklebstoffen, die von Beginn an für ein einfaches Ablösen am Ende der Lebensdauer entwickelt wurden. Diese Lösungen unterstützen die Kreislaufwirtschaft, indem sie die Reparatur, Wiederverwendung und das Recycling von Batterien erleichtern – ohne die strukturelle Stabilität zu beeinträchtigen.

**NACHHALTIGE GEBÄUDE:** Rund 40 Prozent der weltweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen entstehen durch Gebäude, davon etwa 11 Prozent bereits durch den Bauprozess. Deshalb wird die Suche nach Lösungen immer wichtiger, die Materialien mit hohem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck wie Stahl, Zement und Beton durch nachhaltigere Alternativen ersetzen. Wir entwickeln Klebstofflösungen – vor allem auf Polyurethanbasis –, die Holz in ein leistungsstarkes, strukturelles Baumaterial verwandeln. Damit unterstützen wir unsere Kunden auf dem Weg zu nachhaltigeren Gebäuden.



Unser Unternehmensbereich Consumer Brands schafft Mehrwert, indem er leistungsstarke Produkte anbietet und gleichzeitig stets daran arbeitet, ökologische und gesellschaftliche Auswirkungen über den gesamten Lebenszyklus hinweg zu reduzieren. Nachhaltigkeit bedeutet für Consumer Brands, unser Portfolio mutig zu transformieren, Mehrwert für Verbraucher:innen und Gesellschaft zu schaffen und offen sowie verantwortungsvoll zu kommunizieren.

Unser Fokus liegt auf Klimaschutz und Kreislaufwirtschaft: durch den verstärkten Einsatz nachhaltiger Verpackungen, die Erhöhung des Anteils recycelter Kunststoffe und

die Integration von mehr erneuerbaren Inhaltsstoffen. Heute sind bereits nahezu 100 Prozent unserer Consumer Brands-Verpackungen so gestaltet, dass sie recycelbar oder wiederverwendbar sind.


Wir wissen, dass rund 77 Prozent des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks unserer Produkte in der Nutzungsphase entstehen. Mit der Initiative „It starts with us“ geben wir Verbraucher:innen praktische Tipps zu Recycling, Energieeinsparung und effizienterer Wassernutzung. Darüber hinaus arbeiten wir über Markenpartnerschaften sowie gemeinsam mit Einzelhändlern, NGOs und anderen Stakeholdern daran, Initiativen zur Weiterbildung, Sensi-

bilisierung und Verhaltensänderung zu stärken. Dadurch zielen wir darauf ab, das Verantwortungsbewusstsein im Alltag zu fördern und zu positiven Ergebnissen beizutragen, wenn Produkte wie vorgesehen genutzt werden.

Transparente und verantwortungsvolle Kommunikation ist dabei zentral. Wir bieten leicht verständliche Produktinformationen und setzen auf verantwortungsvolles Marketing, damit Verbraucher:innen gut informierte Entscheidungen treffen können.



Pro Sekunde werden die Haare von **16 Verbraucher:innen** mit einer **Henkel-Haarfarbe** gefärbt



Pro Minute werden ca. **3.000 Waschmittel** von **Henkel** verkauft



Pro Sekunde laufen mehr als **150 Geschirrspüler** mit einer **Henkel-Dosis**



## Tiefe Verbindung zu Wissenschaft und Innovation

Mit unserem fundierten wissenschaftlichen Know-how und unserem Fokus auf Produktqualität und -leistung verstehen wir Prozesse ganzheitlich und erkennen Innovationspotenziale.

Adhesive Technologies arbeitet weltweit mit führenden Expert:innen aus wissenschaftlichen Instituten und Technologieunternehmen zusammen. Gemeinsam mit Kunden und Partnern entwickeln wir maßgeschneiderte Lösungen, steigern die Leistung unserer Produkte und machen sie gleichzeitig nachhaltiger. Unsere Innovationsstandorte und -zentren sind Knotenpunkte für Spitzenforschung. Sie bringen brillante Köpfe und vielfältiges Fachwissen zusammen, um komplexe Herausforderungen zu meistern.

Consumer Brands verfügt über eine lange Tradition von Innovationen, die Märkte immer wieder neu geprägt haben – eine Tradition, die wir bis heute fortführen. Wir sind bekannt für ikonische Marken wie Persil oder Schwarzkopf, die auf führenden Technologien basieren. Unsere kontinuierlichen Investitionen in Forschung und Entwicklung über Generationen hinweg haben zu einem

breiten Wissensschatz und zahlreichen Patenten geführt. Unsere Teams arbeiten mit externen Partnern wie Lieferanten, Start-ups, Universitäten und Forschungsinstituten zusammen. Das globale Forschungsteam für Consumer Brands entwickelt kontinuierlich innovative Produkte, um Kunden und Verbraucher:innen zu begeistern.

## Angetrieben durch hervorragende Produktqualität, Leistung und Sicherheit

Im Rahmen unseres Innovationsprozesses nutzen wir verschiedene Instrumente, um neue Produkte systematisch zu analysieren, zu messen und zu bewerten. Lebenszyklusanalysen und Profile möglicher Roh- und Inhaltsstoffe oder Verpackungsmaterialien – kombiniert mit unserer langjährigen Nachhaltigkeitsexpertise – ermöglichen es uns, Verbesserungspotenziale schon während der Produktentwicklung zu erkennen und umzusetzen.

Geschäfts- und Industriekunden sowie Verbraucher:innen können sich darauf verlassen, dass unsere Produkte bei sachgerechter Anwendung sicher sind. Alle Rohstoffe, Inhaltsstoffe und fertigen Produkte durchlaufen zahlreiche Prüfungen und Bewertungen, um ein hohes Maß an Sicherheit bei der Herstellung, Anwendung und Entsorgung zu gewährleisten. Wir stellen Verbraucher:innen klare und hochwertige Produktinformationen bereit. Dazu gehören verständliche Anwendungshinweise auf unseren Verpackungen, um die korrekte und sichere Nutzung unserer Produkte zu gewährleisten, sowie transparente Angaben zu den enthaltenen Inhaltsstoffen.

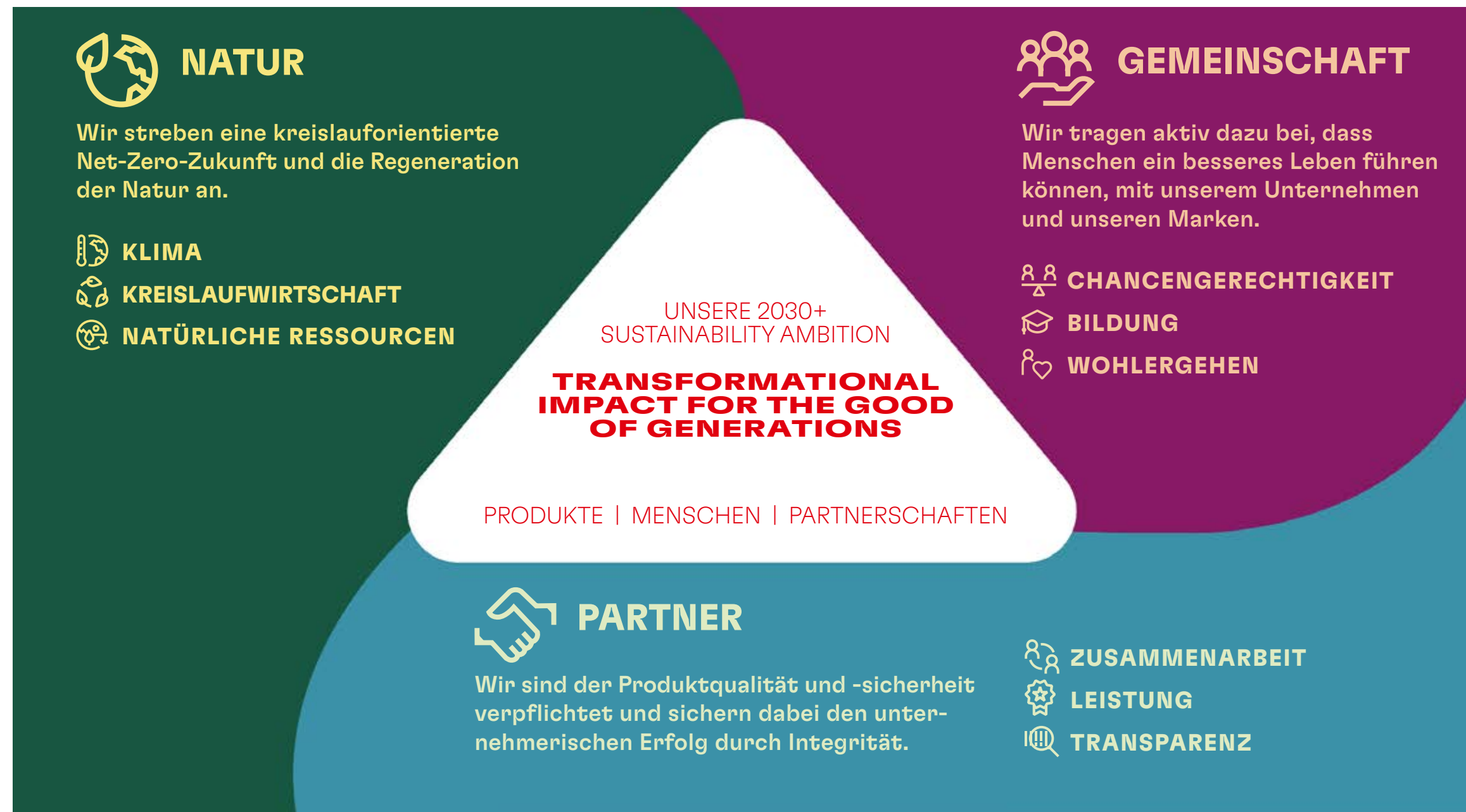




### Strategisches Fundament: Unser 2030+ Sustainability Ambition Framework

Unser 2030+ Sustainability Ambition Framework bildet den Rahmen für unsere globale Nachhaltigkeitsstrategie und verknüpft unsere Bemühungen mit dem Anspruch, einen „Transformational impact for the good of generations“ zu erreichen.

Unser Framework deckt drei Dimensionen von ESG ab: Natur, Gemeinschaft und Partner. Wir haben drei wesentliche Schwerpunkte definiert, die unsere Maßnahmen in jeder dieser Dimensionen bestimmen.



### Neue Ziele und Commitments verabschiedet

Während die übergeordneten Prioritätsbereiche unseres 2030+ Sustainability Ambition Frameworks weiterhin relevant bleiben, haben wir 2025 die Gelegenheit genutzt, unsere Nachhaltigkeitsziele zu aktualisieren und zu priorisieren – für den Zeitraum 2026 bis 2030. Wir konzentrieren uns nun auf 12 Ziele und 15 Commitments, die bis 2030 laufen. Jedes Ziel ist mit einem spezifischen KPI verknüpft. Mit jedem Commitment unterstreichen wir, dass wir konkrete Maßnahmen ergreifen.

Einige Ziele und Commitments sind sehr neu, andere – wie unsere Net-Zero-Ziele – wurden bereits 2024 eingeführt. Darüber hinaus gibt es Fortführungen oder Aktualisierungen bestehender Ziele. Zudem haben wir einige komplett neue Ziele und Commitments definiert, die wir in den kommenden fünf Jahren vorantreiben wollen – insbesondere im Hinblick auf Chancengerechtigkeit für Mitarbeiter:innen sowie Nachhaltigkeitsstandards für Lieferanten.



## Unsere neuen Ziele und Commitments für 2030

<b>NATUR</b>	<b>KLIMA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-42% absolute Scope-1- und Scope-2-THG-Emissionen (2030; vs. 2021)</li> <li>-30% absolute Scope-3-THG-Emissionen (2030; vs. 2021)</li> <li>-90% THG-Emissionen der Scopes 1, 2 und 3 (2045; vs. 2021)</li> </ul>
	<b>KREISLAUFWIRTSCHAFT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% des zu beschaffenden Stroms aus erneuerbaren Energiequellen (2030)</li> <li>≥ 35% Anteil von recyceltem Kunststoff bei den Verpackungen unserer Konsumgüterprodukte (2030)<sup>1</sup></li> <li>100% der Verpackungen für Recycling konzipieren (2030)<sup>2</sup></li> <li>55% der Abfälle im eigenen Betrieb werden reduziert, wiederverwendet oder recycelt; und keine Produktionsabfälle auf Deponien (2030; vs. 2021)</li> <li>Den Schwerpunkt auf nachhaltige Verpackungsdesigns legen, die den Einsatz von Verpackungsmaterial minimieren und die Wiederverwendung unterstützen</li> <li>Den erneuerbaren Anteil bei Inhaltsstoffen und Verpackungsmaterialien erhöhen</li> </ul>
	<b>NATÜRLICHE RESSOURCEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-25% Netto-Süßwasserentnahme im eigenen Betrieb (2030; vs. 2021)<sup>3</sup></li> <li>Null Netto-Entwaldung bei der Beschaffung von Rohstoffen auf Basis von Palm(kern)öl sowie Zellstoff und Papier für Verpackungsmaterialien (2030)</li> </ul>
<b>GEMEINSCHAFT</b>	<b>CHANCEN-GERECHTIGKEIT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis auf allen Ebenen des Managements mit einem Männer- und Frauenanteil von jeweils über 45% (2030)<sup>4</sup></li> <li>Weltweite Entgeltgleichheit (2030)<sup>4</sup></li> <li>Alle Mitarbeiter:innen weltweit verdienen mindestens einen existenzsichernden Lohn</li> </ul>
	<b>BILDUNG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einhaltung der Menschenrechte in unseren Betrieben und unserer Lieferkette</li> <li>Förderung eines umfassenden und wirkungsvollen ehrenamtlichen Engagements unserer Mitarbeiter:innen in ihren Gemeinschaften</li> <li>Unsere Mitarbeiter:innen für Nachhaltigkeit motivieren und aktivieren</li> <li>Aufbau einer zukunftsfähigen Belegschaft, indem wir Kompetenzen wie Nachhaltigkeit, digitale Fähigkeiten und adaptive Führung gezielt in unsere Lernkultur integrieren</li> </ul>
	<b>WOHLERGEHEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufbau einer proaktiven SHE-Kultur, Reduzierung meldepflichtiger Zwischenfälle und Eliminierung ernsthafter Schadenspotenziale</li> <li>Verbesserung der Lebenssituation vulnerabler Beschäftigter und Gemeinschaften innerhalb unserer Wertschöpfungskette</li> </ul>
<b>PARTNER</b>	<b>ZUSAMMENARBEIT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>≥ 85% der bewertbaren Beschaffungsausgaben werden durch Nachhaltigkeitsbewertungen und -audits durch Dritte abgedeckt, um verantwortungsvolle Beschaffungsstandards voranzutreiben (2030)</li> <li>Unsere etablierten Lieferanten in Richtung einer soliden Nachhaltigkeitsreife entwickeln</li> <li>Unsere Kunden und Verbraucher:innen einbinden, um nachhaltige Entscheidungen bei Produktauswahl und -nutzung zu ermöglichen</li> </ul>
	<b>LEISTUNG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Transformation unseres Portfolios vorantreiben, um den Nachhaltigkeitsbeitrag unserer Produkte zu erhöhen</li> <li>Reduzierung der Treibhausgasintensität unseres Unternehmens</li> </ul>
	<b>TRANSPARENZ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere etablierten Lieferanten in Richtung einer soliden Nachhaltigkeitsreife entwickeln</li> <li>Unsere Kunden und Verbraucher:innen einbinden, um nachhaltige Entscheidungen bei Produktauswahl und -nutzung zu ermöglichen</li> </ul>
	<b>LEISTUNG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Transformation unseres Portfolios vorantreiben, um den Nachhaltigkeitsbeitrag unserer Produkte zu erhöhen</li> <li>Reduzierung der Treibhausgasintensität unseres Unternehmens</li> </ul>
<b>TRANSPARENZ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere etablierten Lieferanten in Richtung einer soliden Nachhaltigkeitsreife entwickeln</li> <li>Unsere Kunden und Verbraucher:innen einbinden, um nachhaltige Entscheidungen bei Produktauswahl und -nutzung zu ermöglichen</li> </ul>	

Ziele = **Fett** | Commitments = Normal

<sup>1</sup> Mit Ausnahme von Gefahrgut.

<sup>2</sup> Mit Ausnahme von Gefahrgut und Produkten, deren Inhaltsstoffe oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

<sup>3</sup> Durch Wassereinsparungs- und Recyclingaktivitäten an unseren Standorten und Renaturierungsmaßnahmen in vorrangigen Wassereinzugsgebieten.

<sup>4</sup> Unter Einhaltung von lokalen Gesetzen und regional angepassten Ansätzen.

## Drei Prioritäten für eine nachhaltigere Zukunft

Unsere Ziele und Commitments für 2030 beziehen sich auf unsere wesentlichen Themen und bestehenden Engagements. Wir haben drei Fokusbereiche ausgewählt, in denen wir eine führende Rolle übernehmen möchten:

### 1. Der Weg zur Klimaneutralität:

Wir senken die Emissionen in unseren eigenen Betrieben und arbeiten mit unseren Partnern entlang der Wertschöpfungskette zusammen, um unser Net-Zero-Ziel bis 2045 zu erreichen. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies leistet hierzu einen Beitrag mit Lösungen, die Industriekunden dabei helfen, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß in Produktionsprozessen zu senken. Gleichzeitig bieten wir mit dem Unternehmensbereich Consumer Brands Produkte an, die es Verbraucher:innen ermöglichen, ihren Energie-, Wasser- und Materialverbrauch im Alltag zu reduzieren.

### 2. Chancengerechtigkeit und faire Vergütung für alle:

Wir haben uns verpflichtet, Chancengerechtigkeit zu schaffen und eine faire Bezahlung sicherzustellen, damit jeder und jede das eigene Potenzial voll entfalten kann – unabhängig von Herkunft, Geschlecht oder individuellen Lebensumständen. Diese Überzeugung untermauert unser Bestreben, ein

ausgewogenes Geschlechterverhältnis in unseren Teams zu fördern sowie Lohngleichheit zwischen den Geschlechtern sicherzustellen und allen Mitarbeiter:innen von Henkel weltweit einen existenzsichernden Lohn zu ermöglichen.

### 3. Partner an Bord holen:

Bei Henkel geht die Lieferantenauswahl und -entwicklung weit über Fragen von Kosten und Qualität hinaus. Wir bewerten systematisch die Leistung unserer Geschäftspartner in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit, Umweltschutz sowie soziale und faire Geschäftspraktiken. Wir integrieren diese Kriterien in Onboarding-Prozesse, Audits und kontinuierliche Verbesserungsmaßnahmen und bauen dabei auf der Initiative „Together for Sustainability“ (TfS) auf. So erhöhen wir die Standards für die gesamte Branche.

## KLIMA

Net-Zero-  
Emissionen bis 2045

## MITARBEITER:INNEN

Mehr Chancengerechtigkeit  
in der Belegschaft<sup>1</sup>

## LIEFERANTEN

≥ 85% der Ausgaben unter  
Einhaltung verantwortungsvoller  
Beschaffungsstandards

<sup>1</sup> Unter Einhaltung von lokalen Gesetzen und regional angepassten Ansätzen.



## Hebel für Veränderung

Wir können unseren Anspruch eines transformativen Wandels nur erreichen, wenn wir systemisch denken und mit unseren Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette und auch darüber hinaus zusammenarbeiten. Neben den neun wesentlichen Themenbereichen haben wir deshalb auch drei zentrale Hebel definiert, die uns helfen sollen, die notwendigen Fortschritte zu erzielen und zu skalieren: Produkte, Menschen und Partnerschaften.

### Ein selbstbewusstes Mindset, geprägt von unserem Erbe

Wir blicken auf eine lange Tradition der Verantwortung für Mensch und Umwelt zurück. Unser Unternehmenszweck ist in der Vision des Firmengründers Fritz Henkel im Jahr 1876 verwurzelt, sein Unternehmen nicht nur innovativ, sondern auch verantwortungsbewusst zu führen. Seitdem entwickeln wir kontinuierlich weiter, wie wir diesen Zweck leben – indem wir unser Geschäft an neue Herausforderungen anpassen und aktiv nach Chancen für Fortschritt und Wachstum suchen. Das treibt uns bis heute an.

Mit einer langfristigen Perspektive fördert Henkel gesellschaftlichen Fortschritt und übernimmt Verantwortung für Mitarbeiter:innen, Umwelt und Gesellschaft. Auf diese Weise streben wir danach, eine nachhaltige Zukunft zu gestalten. Nachhaltigkeit ist und bleibt der Kern unseres Geschäfts und Unternehmenszwecks: „Pioneers at heart for the good of generations“. Als Pioniere verfolgen wir einen vorausschauenden Ansatz, der es uns ermöglicht, Fortschritte für unsere Kunden und Verbraucher:innen bis 2030 und darüber hinaus zu erzielen. Wir fördern die Kompetenzen unserer Mitarbeiter:innen, damit Henkel für die Zukunft gerüstet ist und noch weiter und schneller vorankommen kann. Dabei nutzen wir neue Technologien und Lösungen, um in einer sich ständig wandelnden Welt positive Veränderungen zu bewirken.





# NACHHALTIGKEITS- **STRATEGIE**

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie spiegelt den Anspruch unseres Unternehmens auf ganzheitliches Wachstum – „Purposeful Growth“ – wider. Wir wollen transformativen Wandel vorantreiben, indem wir mehr Wert für unsere Stakeholder schaffen, unser Geschäft wirtschaftlich erfolgreich weiterentwickeln und dabei im Sinne der jetzigen und zukünftigen Generationen nachhaltig handeln.

## Nachhaltigkeit bei Henkel

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.

Nachhaltiges Wirtschaften ist seit Jahrzehnten fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Zudem ist es ein zentrales Element unserer Vision für die Zukunft. Zusammen mit Innovation und Digitalisierung bildet Nachhaltigkeit den Kern unserer Unternehmensstrategie, der „Purposeful Growth“-Agenda.

Nachhaltigkeit ist essenziell, um Wettbewerbsvorteile zu schaffen, Unternehmenswachstum zu ermöglichen und Wertschöpfung sowohl für unsere Geschäfts- und Industriekunden, als auch unsere Verbraucher:innen sowie unsere Stakeholder zu generieren. Unser 2030+ Sustainability Ambition Framework, das im Jahr 2021 entwickelt wurde, setzt den Rahmen für unsere globale Nachhaltigkeitsstrategie. Es weist in eine klare Richtung und enthält Zielset-

zungen, die wir in diesem Jahrzehnt erreichen wollen. Hierzu wollen wir auf unseren einzigartigen Stärken aufbauen: der Innovationskraft unserer Unternehmensbereiche und dem umfangreichen Wissen unserer Mitarbeiter:innen sowie den zahlreichen Berührungspunkten unserer Produkte mit Kunden und Verbraucher:innen. Wir sehen unser Unternehmen als wichtigen Akteur und Partner in der Gesellschaft und wollen gemeinsam mit anderen einen grundlegenden Wandel herbeiführen.

Nachhaltigkeit bedeutet für Henkel, dass wir beständig danach streben, auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse Fortschritte in aktuellen Handlungsfeldern zu erzielen und uns kontinuierlich mit neuesten Themen vertraut zu machen. Dies steht im Einklang mit wichtigen Werttreibern wie Kunden- und Verbraucherorientierung, effizientem Kostenmanagement, einem reduzierten Risiko für Investor:innen und erhöhter Attraktivität als Arbeitgeber.



**„Unser Unternehmenszweck ‚Pioneers at heart for the good of generations‘ prägt unseren Anspruch, eine nachhaltigere Zukunft zu gestalten. Wir verpflichten uns zu langfristigem Mehrwert für unsere Kunden, Stakeholder und die Gesellschaft – und fördern ganzheitliches Wachstum.“**

**Carsten Knobel**  
Vorsitzender des Vorstands

## 2030+ Sustainability Ambition Framework

In unserem 2030+ Sustainability Ambition Framework verknüpfen wir unsere Bestrebungen mit dem hohen Anspruch, einen „Transformational Impact for the Good of Generations“ zu erzielen. Die Gesellschaft und wir als Unternehmen sehen uns global einer Vielzahl von Herausforderungen und Entwicklungen gegenüber, die sich permanent verändern. Dies umfasst sowohl Aspekte wie Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelange wie die Achtung der Menschenrechte als auch Geschäftsethik.

Bei der Entwicklung des Frameworks und der damit verbundenen Maßnahmen haben wir auf unsere langjährige Erfahrung in Nachhaltigkeit, unser breites Produktportfolio sowie unsere weltweite Präsenz aufgebaut. Der kontinuierliche Austausch mit Stakeholdern liefert uns wertvolle Erkenntnisse und unterstützt ein gemeinsames Verständnis von Erwartungen und Prioritäten.

Auf dieser Basis haben wir die drei ESG-Dimensionen in unsere Nachhaltigkeitsvision integriert und zentrale Schwerpunkte definiert, die unser Handeln leiten:

## 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 Wälder, 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

## Hebel für Veränderung

Wir wissen, dass wir unseren Anspruch eines transformativen Wandels nur erreichen können, wenn wir systemisch denken und mit unseren Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette und auch darüber hinaus zusammenarbeiten. Neben den neun wesentlichen Themenbereichen haben wir deshalb auch drei zentrale Hebel definiert, die uns helfen sollen, die notwendigen Fortschritte zu erzielen und zu skalieren:

- **Unsere Produkte und Technologien** bilden das Herzstück unserer Arbeit. Wir schaffen mehr Wert für unsere Kunden und Verbraucher:innen durch kontinuierliche Innovationen, die eine bessere Leistung mit einem geringeren ökologischen Fußabdruck erzielen.
- **Menschen** sind der Schlüssel zu nachhaltigem Wirtschaften. So tragen unsere Mitarbeiter:innen mit ihrem Engagement zu einer nachhaltigen Entwicklung bei. Zudem spielen unsere Lieferanten, Aktionär:innen, Geschäftskunden und Verbraucher:innen sowie unser gesellschaftliches Umfeld eine wichtige Rolle, um Wandel gemeinschaftlich und wirksam voranzutreiben.

- **Partnerschaften** sind entscheidend, um nachhaltige Verbesserungen schneller zu implementieren und zu skalieren. Wir arbeiten mit Partnern entlang der Wertschöpfungskette, Expert:innen, Universitäten, der Zivilgesellschaft und anderen Unternehmen zusammen, um Wissen zu teilen und gemeinschaftlich systemische Lösungen zu entwickeln.



## Ziele und Ambitionen bis 2025

Die folgende Übersicht zeigt die Ambitionen und Ziele, die wir uns für unsere Transformation in Richtung Nachhaltigkeit gesetzt hatten, sowie den Grad der Zielerreichung für das Jahr 2025. Während Ambitionen in der Regel einen langfristigen Zeit-horizont umfassen, haben wir sie durch mittelfristige und messbare Ziele konkretisiert.

		Erreicht 2025	
<p><b>NATUR</b></p>	<p><b>KLIMA</b></p>	-42 % absolute Scope-1- und Scope-2-THG-Emissionen (2030; vs. 2021)	-50 %
		-30 % absolute Scope-3-THG-Emissionen (2030; vs. 2021)	-28 %
		-90 % absolute THG-Emissionen der Scopes 1, 2 und 3 (2045; vs. 2021)	-29 %
		-100 Millionen Tonnen CO <sub>2</sub> mit Kunden, Verbraucher:innen und Lieferanten (2016–2025)	Erreicht seit 2024
	<p><b>KREISLAUFWIRTSCHAFT</b></p>	Keine Kunststoffabfälle in die Natur	Ambition
		>30 % Anteil an recyceltem Kunststoff (-50 % neue Kunststoffe auf fossiler Basis) für alle Verpackungen unserer Konsumgüterprodukte (2025)	28 %
		100 % der Verpackungen für Recycling oder Wiederverwendbarkeit konzipieren <sup>1</sup> (2025)	88 %
		-50 % Abfall aus der Produktion pro Tonne Produkt (2025; vs. 2010)	-41 %
		Kreislaufbewirtschaftung von Abfallstoffen der Produktion (2030)	Ambition
		<p><b>NATÜRLICHE RESSOURCEN</b></p>	Die verantwortungsvolle Anwendung unserer Produkte fördern, um den Wasserverbrauch zu reduzieren
-35 % Wasserentnahme in m <sup>3</sup> pro Tonne Produkt (2025; vs. 2010)	-22 %		
Kreislaufbewirtschaftung von Wasser an relevanten Produktionsstandorten (2030)	Ambition		
100 % Papier- und Kartonmaterial recycelt oder aus Quellen nachhaltiger Forstwirtschaft (2025)	98 %		
100 % Palm(kern)öl, dessen verantwortungsvolle Beschaffung zertifiziert oder extern bestätigt ist (2025)	98 %		
<p><b>GEMEINSCHAFT</b></p>	<p><b>CHANCEN-GERECHTIGKEIT</b></p>		Geschlechterparität über alle Führungsebenen hinweg (2025)
		Verbesserung der Lebensgrundlagen von Kleinbauern und -bäuerinnen sowie Schutz der Natur	> 39.900 Kleinbauern und -bäuerinnen
	<p><b>BILDUNG</b></p>	Ausweitung unserer Bildungsprogramme für die Gesellschaft und unseres freiwilligen gesellschaftlichen Engagements	Ambition
		Alle Mitarbeiter:innen für Nachhaltigkeit motivieren und aktivieren	Ambition
		Verbesserung des Lebens von 30 Millionen Menschen weltweit (2010–2030)	Erreicht seit 2022
	<p><b>WOHLERGEHEN</b></p>	Gestaltung der Arbeitswelt der Zukunft für das Unternehmen und unsere Mitarbeiter:innen	Ambition
		+ 60 % sicherer pro eine Million Arbeitsstunden (2025; vs. 2010)	+ 59 %
<p><b>PARTNER</b></p>	<p><b>ZUSAMMENARBEIT</b></p>	> 90 % der Mitarbeiter:innen durch globale Gesundheitsaktionen erreichen (pro Jahr)	> 90 %
		100 % verantwortungsvolle Beschaffung zusammen mit unseren Partnern	Ambition
	<p><b>LEISTUNG</b></p>	Jedes neue Produkt leistet einen Beitrag zur Nachhaltigkeit	Ambition
		Kunden und Verbraucher:innen ein umfassendes Nachhaltigkeitsprofil unserer Produkte zur Verfügung stellen (2025)	Methode in der Entwicklung
	<p><b>TRANSPARENZ</b></p>	Dreimal effizienter werden – Faktor 3 (2030; vs. 2010)	+ 195 %
		100 % Transparenz und Nachverfolgbarkeit für Palm(kern)öl (2025)	95 %

<sup>1</sup> Mit Ausnahme von Produkten, deren Inhaltsstoffe oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

## Neue Ziele und Commitments für 2030

Wir wissen, dass sich die Welt um uns herum, die Erwartungen unserer Stakeholder und die Möglichkeiten zur Förderung von Nachhaltigkeit ständig verändern. Deshalb überprüfen und aktualisieren wir unsere Strategie regelmäßig mit konkreten Zielen. Im Jahr 2025 haben wir eine umfassende Überprüfung unserer Ziele durchgeführt, um die 2025 ausgelaufenen Ziele in den Blick zu nehmen und unsere Fortschritte gezielt weiter zu beschleunigen.

Im Verlauf der Überprüfung unserer Nachhaltigkeitsziele haben wir auf unsere umfangreichen Erfahrungen in verschiedenen Bereichen zurückgegriffen und gleichzeitig neue Erkenntnisse einbezogen, um wichtige Handlungsfelder anzugehen. Diese Erkenntnisse dienen weiterhin als Benchmark für unsere strategische Ausrichtung und helfen uns dabei, das Engagement innerhalb des Unternehmens und in unserer gesamten Wertschöpfungskette zu stärken.

Im Rahmen unseres 2030+ Sustainability Ambition Frameworks haben wir unsere Ziele bis zum Jahr 2030 und darüber hinaus geschärft und weiterentwickelt:

<p><b>NATUR</b></p>	<p><b>KLIMA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-42% absolute Scope-1- und Scope-2-THG-Emissionen (2030; vs. 2021)</li> <li>-30% absolute Scope-3-THG-Emissionen (2030; vs. 2021)</li> <li>-90% THG-Emissionen der Scopes 1, 2 und 3 (2045; vs. 2021)</li> </ul>
	<p><b>KREISLAUFWIRTSCHAFT</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>≥35% Anteil von recyceltem Kunststoff bei den Verpackungen unserer Konsumgüterprodukte (2030)<sup>1</sup></li> <li>100% der Verpackungen für Recycling konzipieren (2030)<sup>2</sup></li> <li>55% der Abfälle im eigenen Betrieb werden reduziert, wiederverwendet oder recycelt; und keine Produktionsabfälle auf Deponien (2030; vs. 2021)</li> <li>Den Schwerpunkt auf nachhaltige Verpackungsdesigns legen, die den Einsatz von Verpackungsmaterial minimieren und die Wiederverwendung unterstützen</li> <li>Den erneuerbaren Anteil bei Inhaltsstoffen und Verpackungsmaterialien erhöhen</li> </ul>
	<p><b>NATÜRLICHE RESSOURCEN</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-25% Netto-Süßwasserentnahme im eigenen Betrieb (2030; vs. 2021)<sup>3</sup></li> <li>Null Netto-Entwaldung bei der Beschaffung von Rohstoffen auf Basis von Palm(kern)öl sowie Zellstoff und Papier für Verpackungsmaterialien (2030)</li> </ul>
<p><b>GEMEINSCHAFT</b></p>	<p><b>CHANCEN-GERECHTIGKEIT</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis auf allen Ebenen des Managements mit einem Männer- und Frauenanteil von jeweils über 45% (2030)<sup>4</sup></li> <li>Weltweite Entgeltgleichheit (2030)<sup>4</sup></li> <li>Alle Mitarbeiter:innen weltweit verdienen mindestens einen existenzsichernden Lohn</li> </ul>
	<p><b>BILDUNG</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Förderung eines umfassenden und wirkungsvollen ehrenamtlichen Engagements unserer Mitarbeiter:innen in ihren Gemeinschaften</li> <li>Unsere Mitarbeiter:innen für Nachhaltigkeit motivieren und aktivieren</li> <li>Aufbau einer zukunftsfähigen Belegschaft, indem wir Kompetenzen wie Nachhaltigkeit, digitale Fähigkeiten und adaptive Führung gezielt in unsere Lernkultur integrieren</li> </ul>
	<p><b>WOHLERGEHEN</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufbau einer proaktiven SHE-Kultur, Reduzierung meldepflichtiger Zwischenfälle und Eliminierung ernsthafter Schadenspotenziale</li> <li>Verbesserung der Lebenssituation vulnerabler Beschäftigter und Gemeinschaften innerhalb unserer Wertschöpfungskette</li> </ul>
<p><b>PARTNER</b></p>	<p><b>ZUSAMMEN-ARBEIT</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>≥85% der bewertbaren Beschaffungsausgaben werden durch Nachhaltigkeitsbewertungen und -audits durch Dritte abgedeckt, um verantwortungsvolle Beschaffungsstandards voranzutreiben (2030)</li> </ul>
	<p><b>LEISTUNG</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere etablierten Lieferanten in Richtung einer soliden Nachhaltigkeitsreife entwickeln</li> <li>Unsere Kunden und Verbraucher:innen einbinden, um nachhaltige Entscheidungen bei Produktauswahl und -nutzung zu ermöglichen</li> </ul>
	<p><b>TRANSPARENZ</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Transformation unseres Portfolios vorantreiben, um den Nachhaltigkeitsbeitrag unserer Produkte zu erhöhen</li> <li>Reduzierung der Treibhausgasintensität unseres Unternehmens</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere etablierten Lieferanten in Richtung einer soliden Nachhaltigkeitsreife entwickeln</li> <li>Unsere Kunden und Verbraucher:innen einbinden, um nachhaltige Entscheidungen bei Produktauswahl und -nutzung zu ermöglichen</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Transformation unseres Portfolios vorantreiben, um den Nachhaltigkeitsbeitrag unserer Produkte zu erhöhen</li> <li>Reduzierung der Treibhausgasintensität unseres Unternehmens</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere etablierten Lieferanten in Richtung einer soliden Nachhaltigkeitsreife entwickeln</li> <li>Unsere Kunden und Verbraucher:innen einbinden, um nachhaltige Entscheidungen bei Produktauswahl und -nutzung zu ermöglichen</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Transformation unseres Portfolios vorantreiben, um den Nachhaltigkeitsbeitrag unserer Produkte zu erhöhen</li> <li>Reduzierung der Treibhausgasintensität unseres Unternehmens</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere etablierten Lieferanten in Richtung einer soliden Nachhaltigkeitsreife entwickeln</li> <li>Unsere Kunden und Verbraucher:innen einbinden, um nachhaltige Entscheidungen bei Produktauswahl und -nutzung zu ermöglichen</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Transformation unseres Portfolios vorantreiben, um den Nachhaltigkeitsbeitrag unserer Produkte zu erhöhen</li> <li>Reduzierung der Treibhausgasintensität unseres Unternehmens</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere etablierten Lieferanten in Richtung einer soliden Nachhaltigkeitsreife entwickeln</li> <li>Unsere Kunden und Verbraucher:innen einbinden, um nachhaltige Entscheidungen bei Produktauswahl und -nutzung zu ermöglichen</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Transformation unseres Portfolios vorantreiben, um den Nachhaltigkeitsbeitrag unserer Produkte zu erhöhen</li> <li>Reduzierung der Treibhausgasintensität unseres Unternehmens</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere etablierten Lieferanten in Richtung einer soliden Nachhaltigkeitsreife entwickeln</li> <li>Unsere Kunden und Verbraucher:innen einbinden, um nachhaltige Entscheidungen bei Produktauswahl und -nutzung zu ermöglichen</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Transformation unseres Portfolios vorantreiben, um den Nachhaltigkeitsbeitrag unserer Produkte zu erhöhen</li> <li>Reduzierung der Treibhausgasintensität unseres Unternehmens</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere etablierten Lieferanten in Richtung einer soliden Nachhaltigkeitsreife entwickeln</li> <li>Unsere Kunden und Verbraucher:innen einbinden, um nachhaltige Entscheidungen bei Produktauswahl und -nutzung zu ermöglichen</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Transformation unseres Portfolios vorantreiben, um den Nachhaltigkeitsbeitrag unserer Produkte zu erhöhen</li> <li>Reduzierung der Treibhausgasintensität unseres Unternehmens</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere etablierten Lieferanten in Richtung einer soliden Nachhaltigkeitsreife entwickeln</li> <li>Unsere Kunden und Verbraucher:innen einbinden, um nachhaltige Entscheidungen bei Produktauswahl und -nutzung zu ermöglichen</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Transformation unseres Portfolios vorantreiben, um den Nachhaltigkeitsbeitrag unserer Produkte zu erhöhen</li> <li>Reduzierung der Treibhausgasintensität unseres Unternehmens</li> </ul>

Ziele = Fett | Commitments = Normal

<sup>1</sup> Mit Ausnahme von Gefahrgut.

<sup>2</sup> Mit Ausnahme von Gefahrgut und Produkten, deren Inhaltsstoffe oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

<sup>3</sup> Durch Wassereinsparungs- und Recyclingaktivitäten an unseren Standorten und Renaturierungsmaßnahmen in vorrangigen Wassereinzugsgebieten.

<sup>4</sup> Unter Einhaltung von lokalen Gesetzen und regional angepassten Ansätzen.

## Drei Prioritäten für eine nachhaltigere Zukunft

Unsere Ziele und Commitments für 2030 adressieren unsere wesentlichen Themen und bauen auf unserem bisherigen Engagement auf. Wir haben drei zentrale Bereiche ausgewählt, in denen wir eine führende Rolle einnehmen möchten:

- **1. Der Weg zur Klimaneutralität:** Wir senken die Emissionen in unseren eigenen Betrieben und arbeiten mit unseren Partnern entlang der Wertschöpfungskette zusammen, um unser Net-Zero-Ziel bis 2045 zu erreichen. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies leistet hierzu einen Beitrag mit Lösungen, die Industriekunden dabei helfen, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß in Produktionsprozessen zu senken. Gleichzeitig bieten wir mit dem Unternehmensbereich Consumer Brands Produkte an, die es Verbraucher:innen ermöglichen, ihren Energie-, Wasser- und Materialverbrauch im Alltag zu reduzieren.
- **2. Chancengerechtigkeit und faire Vergütung für alle:** Wir haben uns verpflichtet, Chancengerechtigkeit zu schaffen und eine faire Bezahlung sicherzustellen, damit jeder und jede das eigene Potenzial

voll entfalten kann – unabhängig von Herkunft, Geschlecht oder individuellen Lebensumständen. Diese Überzeugung untermauert unser Bestreben, ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis in unseren Teams zu fördern sowie Lohngleichheit zwischen den Geschlechtern sicherzustellen und allen Mitarbeiter:innen von Henkel weltweit einen existenzsichernden Lohn zu ermöglichen.

- **3. Partner an Bord holen:** Bei Henkel geht die Lieferantenauswahl und -entwicklung weit über Fragen von Kosten und Qualität hinaus. Wir bewerten systematisch die Leistung unserer Geschäftspartner in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit, Umweltschutz sowie soziale und faire Geschäftspraktiken. Wir integrieren diese Kriterien in Onboarding-Prozesse, Audits und kontinuierliche Verbesserungsmaßnahmen und bauen dabei auf der Initiative „Together for Sustainability“ (TfS) auf. So erhöhen wir die Standards für die gesamte Branche.



## Ausblick

Nachhaltigkeit ist bei Henkel ein stetiges Bestreben. Wir treiben Fortschritte bei zentralen Themen voran und passen unser Handeln an neue wissenschaftliche Erkenntnisse an. Nachhaltige Geschäftspraktiken prägen unsere Unternehmenskultur seit Jahrzehnten und sind Kern unserer Zukunftsvision. Dabei bauen wir auf einem starken Fundament auf: die Innovationskraft unserer Unternehmensbereiche, das Know-how und Engagement unserer Mitarbeiter:innen sowie die vielfältigen Berührungspunkte unserer Produkte und Technologien mit Kunden und Verbraucher:innen weltweit.

Für unsere Ziele und Commitments 2030 haben wir verschiedene Zukunftsszenarien analysiert, die die Auswirkungen von Klimawandel, Ressourcenknappheit, technologischen Veränderungen und gesellschaftlichen Entwicklungen auf unser Unternehmen und den Planeten beleuchten. Gleichzeitig werden gesellschaftliche Entwicklungen wie der demografische Wandel, die Migration, Umschulungsbedarfe und Änderungen beim Arbeitsrecht das Unternehmen und seine Wertschöpfungskette unvermindert prägen.

Wir begegnen diesen Herausforderungen, indem wir nachhaltige Entwicklung fördern, zu besseren Lebensbedingungen beitragen und zugleich unsere Wettbewerbsfähig-

keit stärken. Unsere Nachhaltigkeitsziele und -Commitments für 2030 sind so gestaltet, dass wir zukunftsfähig bleiben. Sie zielen darauf, geschäftlichen Mehrwert zu generieren, indem sie Innovation fördern, Effizienz steigern, Risiken senken, unsere Kundenrelevanz stärken und unsere Attraktivität als Arbeitgeber erhöhen. Zukunftsfähigkeit bedeutet für uns, wirtschaftlichen Erfolg zu erreichen und gleichzeitig die planetaren Grenzen zu respektieren und die Erwartungen von Menschen und Gesellschaft zu erfüllen. Nachhaltigkeit wird weiterhin von zentraler Bedeutung sein.

Um Ambitionen in konkrete Maßnahmen zu überführen, orientieren wir unser Handeln an messbaren Fortschritten. Unser 2030+ Sustainability Ambition Framework gibt dabei die strategische Richtung vor und steht für unseren Anspruch, einen „Transformational Impact for the Good of Generations“ zu erreichen – mit klaren Zielen und Commitments für dieses Jahrzehnt. Wir nehmen eine systemische Perspektive ein in dem Bewusstsein, dass echte Transformation nicht durch ein einzelnes Unternehmen allein erreicht werden kann. Dafür arbeiten wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette und darüber hinaus mit Partnern zusammen, um Wandel gemeinsam voranzutreiben.

## Strategische Ausrichtung der Unternehmensbereiche

Die Strategien unserer Unternehmensbereiche sind voll und ganz an unserer Nachhaltigkeitsstrategie ausgerichtet.

Unser Unternehmensbereich **Consumer Brands** verfolgt das Ziel, Kunden und Verbraucher:innen mit leistungsstarken Produkten echten Mehrwert zu bieten – mit Fokus auf Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft sowie transparente Produktinformationen. Unsere Vision ist es, Kunden und Verbraucher:innen durch unsere Marken in den Bereichen Wasch- und Reinigungsmittel sowie Haar- und Körperpflege zu nachhaltigen Entscheidungen zu befähigen. Dazu engagieren wir uns für eine Förderung der Kreislaufwirtschaft – mit nachhaltigeren Verpackungslösungen, einem höheren Anteil recycelter Kunststoffe und dem verstärkten Einsatz von Inhaltsstoffen auf Basis nachwachsender Rohstoffe. Um Verbraucher:innen umfassend zu informieren, nutzen wir verschiedene Kommunikationskanäle wie Produktetiketten, Webseiten, soziale Medien und Kundenservice-Hotlines. Zudem arbeiten wir mit Industrieverbänden zusammen, um sichere Produktanwendungen branchenweit zu fördern. Durch gezielte



Kommunikation beziehen wir Verbraucher:innen aktiv ein, um das Bewusstsein für Themen wie Energieeinsparung während der Produktanwendung zu stärken.

Unser Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** nutzt sein Know-how und seine Position in der Wertschöpfungskette, um die Nachhaltigkeitstransformation voranzutreiben. Wir entwickeln Klebstoff-, Dichtstoff- und Beschichtungslösungen, die es unseren Kunden aus unterschiedlichen Industrien ermöglichen, einen größeren Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten. Mit unseren Produkten und Lösungen helfen wir unseren Kunden, THG-Emissionen einzusparen, indem sie bei ihren Produktionsprozessen durch die Anwendung unserer Produkte weniger Energie benötigen. Gleichzeitig fördern wir eine effektivere Kreislaufführung wertvoller Ressourcen. Unsere Debonding-Lösungen, zum Beispiel, erleichtern Reparatur, Wiederverwendung und Recycling und ermöglichen die Rückgewinnung wertvoller Rohstoffe. Zudem verbessern wir kontinuierlich die Sicherheit und Umweltverträglichkeit unserer Produkte. Dabei folgen wir den gesetzlichen Anforderungen und setzen uns für die Vermeidung bedenklicher Stoffe ein.



## Strategische Umsetzung und Nachhaltigkeitsmanagement

Wir setzen unsere Nachhaltigkeitsstrategie basierend auf weltweit einheitlichen Codes, Policies und Standards, integrierten Managementsystemen und einer Organisationsstruktur mit klar definierten Verantwortlichkeiten um. Innerhalb von Henkel tragen effiziente Prozesse nicht nur zu Umweltschutz und Arbeitssicherheit bei, sie senken auch Ressourcenverbrauch und Kosten. Des Weiteren arbeiten wir entlang der Wertschöpfungskette und darüber hinaus wirkungsvoll mit Partnern zusammen, um mit ihnen gemeinsam einen transformativen Wandel voranzutreiben.

### Governance: Fortschritt gestalten

Für eine effektive unternehmerische Verantwortung ist eine klare Nachhaltigkeitsstrategie mit definierten Zielen unerlässlich. Leistungsstarke Führungsstrukturen sind ebenso wichtig.

Das Nachhaltigkeitsmanagement ist bei Henkel vertikal, horizontal und funktionsübergreifend in die Organisationsstruktur integriert. Der Vorstand von Henkel trägt die Gesamt-

verantwortung für unsere Nachhaltigkeitsstrategie und für die Compliance-Organisation, die sicherstellt, dass die geltenden Gesetze und internen Richtlinien eingehalten werden.

Der Sustainability Council verantwortet die nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens und steuert seine Nachhaltigkeitsaktivitäten. Unter dem Vorsitz des für Personal, Infrastruktur und Nachhaltigkeit zuständigen Vorstandsmitglieds entwickelt der Sustainability Council themenspezifische Konzepte, richtet Projektgruppen ein, sorgt für einheitliche Standards und Prozesse, kommuniziert Best Practices und überprüft die Fortschritte.

Unsere Unternehmensbereiche und Funktionen sind verantwortlich für die Umsetzung der Strategie und die Zuteilung der notwendigen Ressourcen. Unser zentrales Corporate Sustainability-Team, geleitet vom Chief Sustainability Officer, überwacht die unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstandards und unterstützt die Arbeit des Sustainability Councils.



## Nachhaltigkeitsmanagement

Wir nutzen verschiedene Konzepte, Methoden und Instrumente, um unsere unternehmerische Nachhaltigkeit zu bewerten, zu steuern und zugleich die Zielerreichung über das gesamte Unternehmen und unsere Wertschöpfungskette hinweg zu messen.

Unser konzernweiter Risikomanagementansatz liefert einen unverzichtbaren Beitrag zu unserer strategischen Ausrichtung auf Nachhaltigkeit und hilft uns, potenzielle Risiken und Chancen frühzeitig zu erkennen. Unser eigener Betrieb, unsere Geschäftsbeziehungen, unsere Produkte und unsere Dienstleistungen werden bei der Risikoanalyse im Rahmen des Prozesses der nichtfinanziellen Berichterstattung beurteilt.

Wir bewerten Risiken, Chancen und Auswirkungen im Rahmen unseres globalen Nachhaltigkeitsmanagements innerhalb unseres Unternehmens und entlang unserer Wertschöpfungskette. Dabei berücksichtigen wir die verschiedenen sachspezifischen Risikoverständnisse. So betrachten wir beim Thema Klimawandel zum einen den potenziellen Einfluss unserer Geschäftsaktivitäten auf die

globale Treibhausgasbilanz und zum anderen den des Klimawandels auf unsere Geschäftstätigkeit.

Bezogen auf Menschenrechte berücksichtigen wir hingegen die Risiken für die Rechteinhaber:innen. Diese Risikoanalyse ist Grundlage für unseren Ansatz zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht (Due Diligence). Gleichzeitig verfolgen wir sehr aufmerksam die Entwicklungen auf internationaler und nationaler Ebene hinsichtlich der fachspezifischen Begriffe, der Bewertung von Risiken, Chancen und Auswirkungen sowie der Ausgestaltung angemessener Sorgfaltspflichten.



## Unsere Wertschöpfungskette

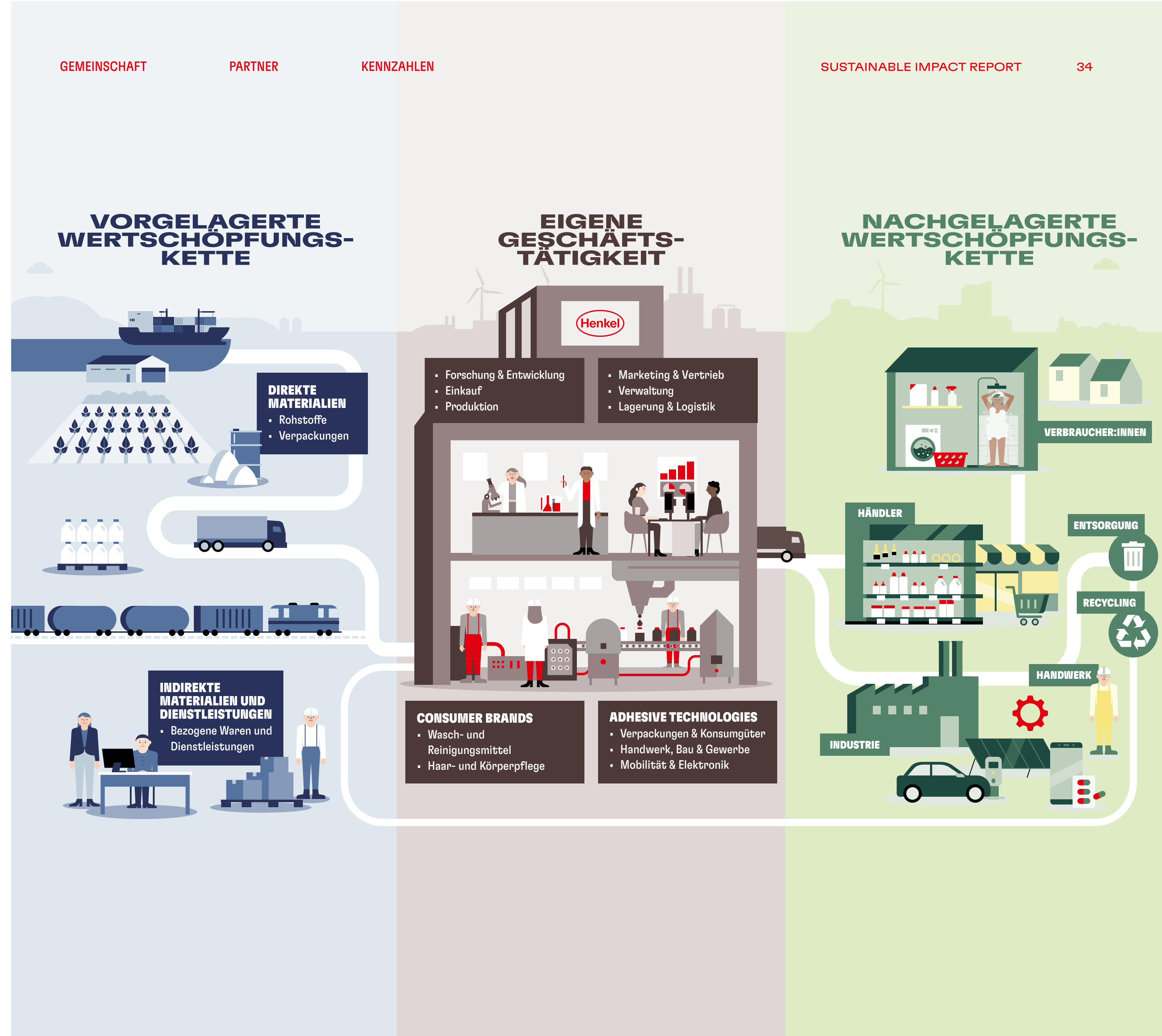
Mit innovativen Produkten und Lösungen wollen wir in allen unseren Geschäftssegmenten Wert für unsere Stakeholder schaffen – und das entlang aller Stufen der Wertschöpfungskette. Wir betreiben weltweit Produktionsstandorte, investieren in Forschung und Entwicklung, arbeiten eng mit unseren Lieferanten zusammen und leisten einen Beitrag zur volkswirtschaftlichen Entwicklung in unseren Zielmärkten. Als Arbeitgeber schaffen wir Arbeitsplätze sowie Kaufkraft durch Löhne und Gehälter. Durch die Zahlung von Steuern und Abgaben tragen wir zur Finanzierung des Gemeinwesens bei und stützen damit auch die öffentliche Infrastruktur.

Für die Herstellung unserer Fertigprodukte verwenden wir direkte Materialien. Hierbei handelt es sich um extern beschaffte Materialien wie Rohstoffe, Verpackungen, bezogene Waren und Dienstleistungen.

Unser Unternehmensbereich Consumer Brands ist in den Geschäftsfeldern Wasch- und Reinigungsmittel sowie Haar- und Körperpflege mit fokussierten Markenportfolios vertreten. Unsere Markenprodukte werden Verbraucher:innen über ver-

schiedene Vertriebskanäle angeboten. Dazu gehören Supermärkte, Discounter, Drogerie- und Hypermärkte sowie E-Commerce-Kanäle und Friseursalons.

Unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies bietet ein breites Portfolio an Kleb- und Dichtstoffen sowie Beschichtungen. Er ist in drei Geschäftsfelder unterteilt: Mobilität & Elektronik, Verpackungen & Konsumgüter sowie Handwerk, Bau & Gewerbe. Unsere Teams pflegen den direkten Kontakt zu unseren Industriekunden, und unsere technischen Expert:innen unterhalten langfristige Beziehungen zu Kunden und Partnern. Den Vertrieb für Verbraucher:innen, Handwerker:innen sowie kleinere Industriekunden decken wir über Handelskunden und Distributoren ab.



## Weltweit einheitliche Codes und Standards

Aus unserem Unternehmenszweck, unserer Vision, unserer Mission und den Unternehmenswerten haben wir verbindliche Verhaltensregeln abgeleitet und in einem System aus Codes und Corporate Standards zusammengefasst. Diese gelten für alle Mitarbeiter:innen weltweit, in allen Geschäftsfeldern und Kulturreisen, in denen wir tätig sind.

Unser **Code of Conduct** [↗](#) enthält die wichtigsten Unternehmens- und Handlungsgrundsätze, die alle Mitarbeiter:innen einhalten müssen. Darüber hinaus behandeln die Codes, Policies and Corporate Standards vor allem die Themen Einhaltung von Wettbewerbs- und Kartellrecht, Anti-Korruption, Sicherheits-, Gesundheits-, Umwelt- und Sozialstandards, Menschenrechte sowie Public Affairs. Sie bilden auch die Basis für die Umsetzung des UN Global Compact. Die verschiedenen Codes und Standards sind auf unserer **Webseite** [↗](#) veröffentlicht.

## Managementsysteme regeln Strukturen und Abläufe

Global einheitliche Standards für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt („Safety, Health and Environment“, kurz SHE) bilden zusammen mit integrierten Managementsystemen die

Grundlage für unsere weltweit angewendete Governance. Unsere **SHE** und **Social Standards** [↗](#) gelten für alle Standorte. In diesen Standards definieren wir verbindliche Vorgaben für verschiedene Bereiche. Dies umfasst beispielsweise die Überwachung von Umwelt-Leistungskennzahlen oder die Prävention von Gesundheits- und Sicherheitsrisiken am Arbeitsplatz. Standards werden durch Unternehmensprozesse ergänzt, die etwa einen einheitlichen und standardisierten Ansatz zur Meldung und Verwaltung von Vorfällen einschließlich Korrekturmaßnahmen abdecken. Darüber hinaus verfolgen wir einen Ansatz der kontinuierlichen Weiterbildung unserer Mitarbeiter:innen.

Zur Überprüfung der Einhaltung unserer internen Anforderungen führen wir an unseren Standorten regelmäßige Audits durch. Alle Auditergebnisse, inklusive der Überprüfung unserer SHE- und Social Standards, werden im Rahmen des jährlichen Revisionsberichts direkt an den Vorstand von Henkel berichtet. Unsere Managementsysteme werden auf Standortebene extern zertifiziert, beispielsweise nach ISO-Normen, wo dies von unseren Partnern in den betreffenden Märkten erwartet und anerkannt wird.



## Compliance

Henkel bekennt sich klar zu Corporate Governance und Corporate Compliance – sowohl auf lokaler als auch auf globaler Ebene. Verantwortungsbewusste Managementprozesse und die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und kultureller Konventionen sind Grundlage für den Erfolg in unseren internationalen Märkten. Unsere Compliance-Organisation trägt global die Verantwortung für alle präventiven sowie reaktiven Maßnahmen. Hinter ihr stehen integrierte Managementsysteme und eine Organisationsstruktur mit klar definierten Verantwortlichkeiten. Für unsere Mitarbeiter:innen besteht zusätzlich zu den internen Berichts- und Beschwerdewegen die Möglichkeit, Hinweise auf Verstöße gegen unseren Code of Conduct, interne Standards oder relevante Gesetze auch über eine Compliance-Hotline zu melden. Um unseren Mitarbeiter:innen klare Verhaltensregeln zu vermitteln und insbesondere Interessenkonflikte im Arbeitsalltag von vornherein zu vermeiden, setzen wir auf regelmäßige Schulungs- und Kommunikationsmaßnahmen. So müssen beispielsweise alle unsere Management-Mitarbeiter:innen weltweit an unserem E-Learning-Pflichtprogramm zum Thema Compliance und an entsprechenden Schulungen teilnehmen.

## Interne Audits

Die Leitung Corporate Audit berichtet direkt an den Vorsitzenden des Vorstands. Durch regelmäßige Audits, die aus unserer risikobasierten Prüfungsplanung hervorgehen, prüft der Bereich Corporate Audit die Einhaltung unserer Codes und Standards in den Unternehmensbereichen und Funktionen in allen Henkel-Gesellschaften weltweit. Sämtliche Aktivitäten der Wertschöpfungskette sind Grundlage für die risikoorientierte Prüfungsplanung. Neben den internen Produktions- und Verwaltungsstandorten sind auch Lohnhersteller und Logistikzentren Gegenstand der Audits. Die Audits sind ein wichtiges Instrument, um Risiken und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.

## Stakeholdermanagement

Es ist ein elementarer Bestandteil unseres Nachhaltigkeitsmanagements, die Ansprüche unterschiedlicher gesellschaftlicher Stakeholder an das Unternehmen zu verstehen und abzubilden. Dazu gehören Kunden, Verbraucher:innen, Lieferanten, Geschäftspartner, Mitarbeiter:innen, Aktionär:innen, Investor:innen, Nachbarn und Kommunen, Verbände und NGOs, Wissenschaft sowie Politik und Behörden. In den folgenden Kapiteln werden zahlreiche Beispiele für Partnerschaften und Dialoge mit Stakeholdern vorgestellt.

Um die Erwartungen und Perspektiven unserer Stakeholder kennenzulernen und einen gezielten und lösungsorientierten Dialog zu ermöglichen, setzen wir nicht nur auf spezifische Befragungen, sondern erfassen das Meinungsbild kontinuierlich und auf mehreren Ebenen. Dazu gehören der direkte Dialog, Multi-Stakeholder-Initiativen und Dialogplattformen. Durch die Zusammenarbeit mit NGOs und führenden Meinungsbildnern kennen wir die globalen Herausforderungen und können so frühzeitig reagieren. Auf diese Weise prägt der Stakeholder-Dialog unser Innovations- und Risikomanagement und hilft uns, unsere Nachhaltigkeitsstrategie und -berichterstattung stetig weiterzuentwickeln.

ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

## VORGELAGERTE WERTSCHÖPFUNGSKETTE



## EIGENE GESCHÄFTSTÄTIGKEIT



## NACHGELAGERTE WERTSCHÖPFUNGSKETTE



ÜBER DIE WERTSCHÖPFUNGSKETTE HINAUS



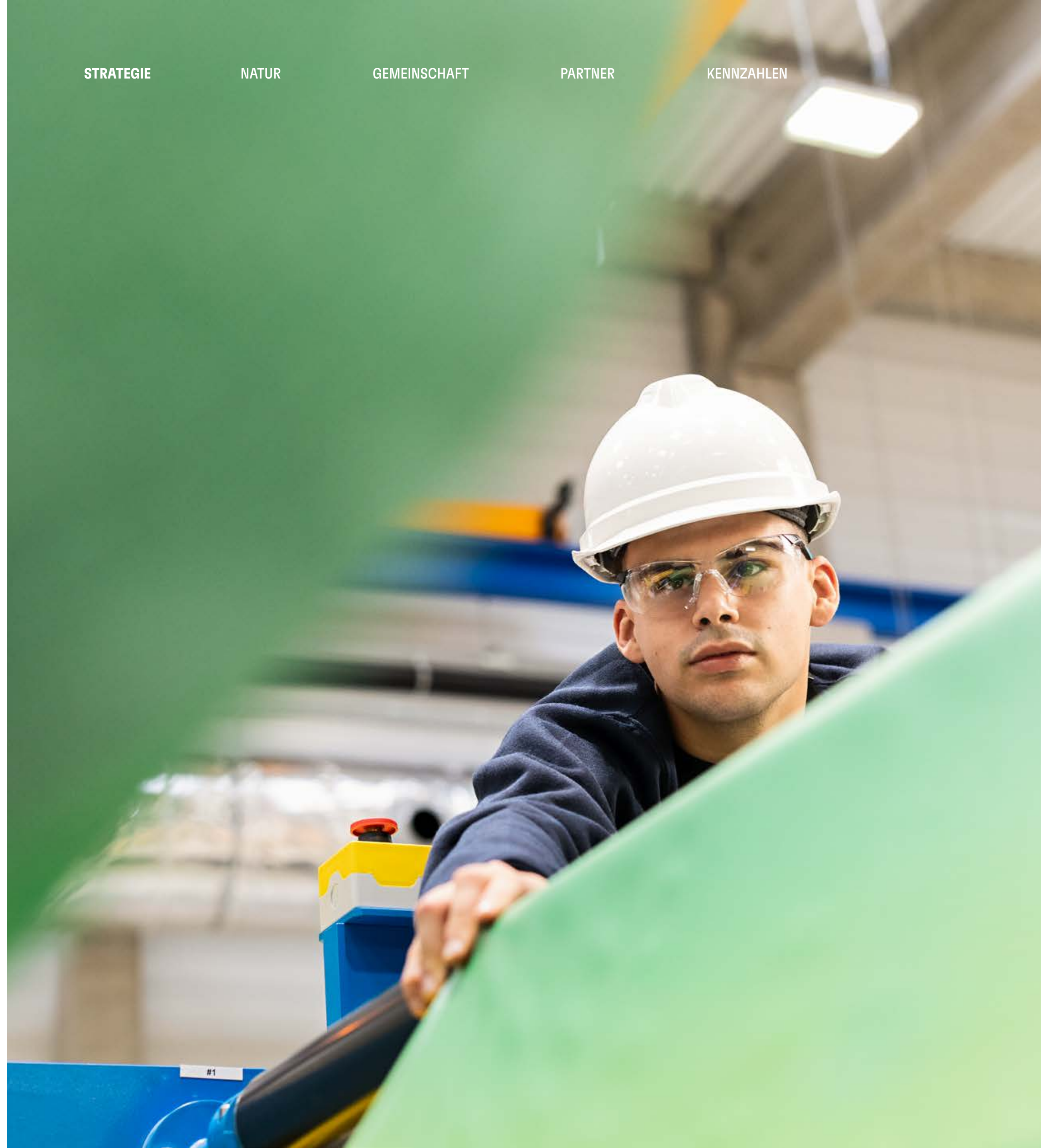


### Beiträge zu den SDGs

Henkel unterstützt die Umsetzung der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) der Vereinten Nationen.

Als Unternehmen sind wir überzeugt, dass diese Ziele gemeinschaftliches Handeln fördern und den Fortschritt in Richtung Nachhaltigkeit beschleunigen werden. Dabei sind nachhaltiger Konsum, Verpackungen und Plastik, Klimaschutz, Wasser, Menschenrechte, Chancengerechtigkeit sowie Bildung wichtige Themenfelder für unsere Arbeit.

Durch die kontinuierliche Überprüfung unserer Unternehmensziele und -initiativen stellen wir sicher, dass sich diese mit den für uns relevanten Prioritäten der SDGs decken. Wir unterstützen die SDGs durch unsere langjährige, intensive Arbeit zu den verschiedensten Aspekten der Nachhaltigkeit sowie durch unser breites Produktportfolio und die Präsenz in zahlreichen Märkten. Einzelheiten zu den Auswirkungen unserer Maßnahmen finden sich auf unserer [Webseite](#).



<b>1</b> KEINE ARMUT 	<b>2</b> KEIN HUNGER 	<b>3</b> GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN 
<b>4</b> HOCHWERTIGE BILDUNG 	<b>5</b> GESCHLECHTERGLEICHHEIT 	<b>6</b> SAUBERES WASSER UND SANITÄREINRICHTUNGEN 
<b>7</b> BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE 	<b>8</b> MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM 	<b>9</b> INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR 
<b>10</b> WENIGER UNGLEICHHEITEN 	<b>11</b> NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN 	<b>12</b> NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION 
<b>13</b> MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ 	<b>14</b> LEBEN UNTER WASSER 	<b>15</b> LEBEN AN LAND 
<b>16</b> FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTIONEN 	<b>17</b> PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE 	



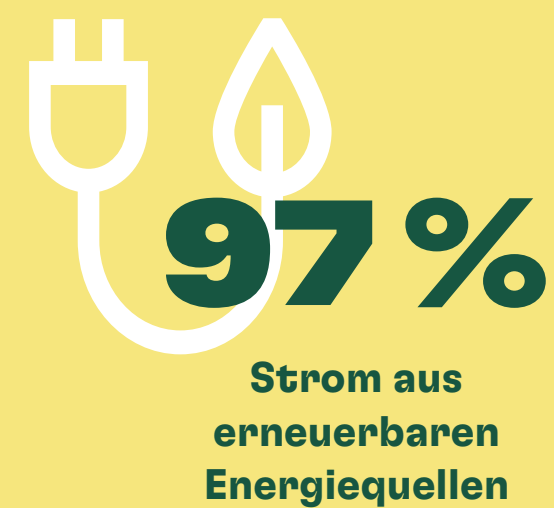
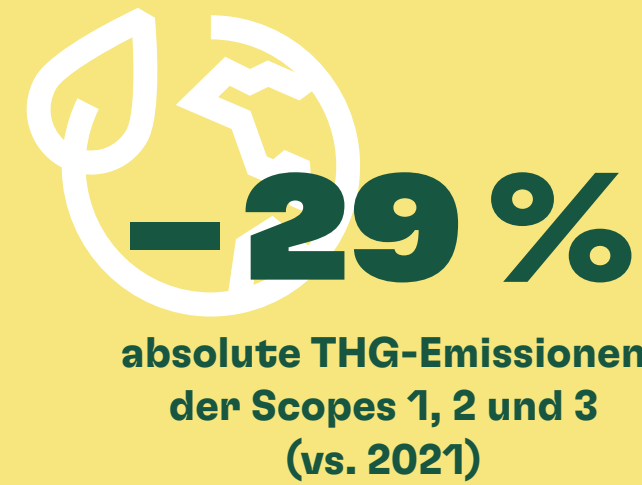
# NATUR

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

39	Klima
48	Kreislaufwirtschaft
61	Natürliche Ressourcen
69	Nachhaltiger Betrieb

# KLIMA

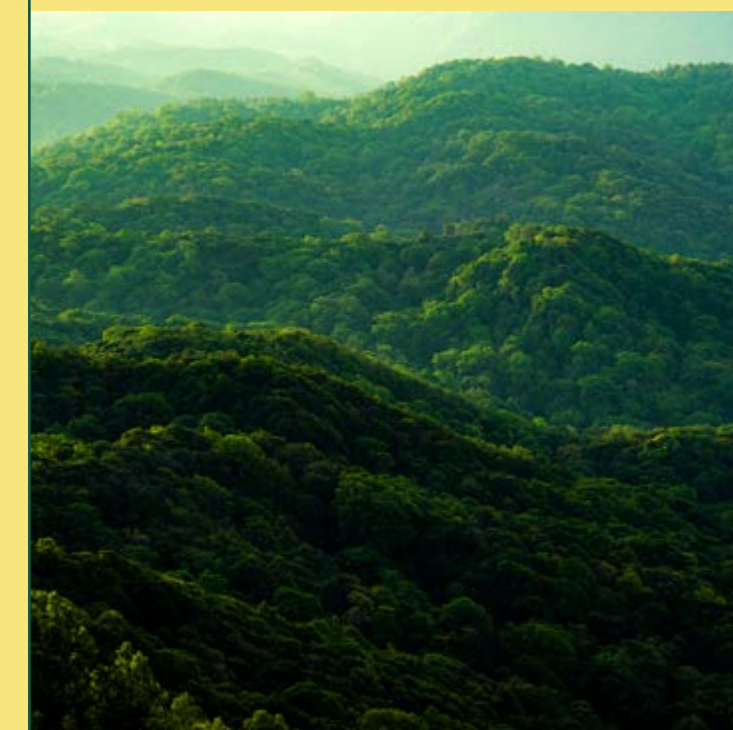
## Highlights 2025



Wir setzen uns für die Erreichung der Ziele des Pariser Klimaabkommens der Vereinten Nationen ein, um die globale Erderwärmung auf deutlich unter zwei Grad Celsius gegenüber dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen. Dieses ehrgeizige Ziel kann nur erreicht werden, wenn Regierungen und Unternehmen diese Herausforderung als Chance zur Förderung von Innovation und zur Umsetzung visionärer Ideen betrachten.

## Fokus-Themen

### Unser Weg zu Net-Zero



### CO<sub>2</sub>-neutrale Produktion fördern



### Reduktion von Emissionen in der Nutzungsphase



## Reduktion der Emissionen 2025 vs. 2021

### Gesamtemissionen 2025 im Rahmen des Net-Zero-Ziels



### Gesamtemissionen im Basisjahr 2021 im Rahmen des Ziels 2021



INSGESAMT  
**13,4 Mio.**  
TONNEN CO<sub>2</sub>

-5,4 Mio. TONNEN CO<sub>2</sub>

INSGESAMT  
**18,8 Mio.**  
TONNEN CO<sub>2</sub>

Scope 1	Scope 1 CO <sub>2</sub> e
Scope 2	Scope 2 marktbasierend
Scope 3.1	Erworbene Waren und Dienstleistungen
Scope 3.4 und 3.9	Transport und Vertrieb
Scope 3.12	Entsorgung
Scope 3	Sonstige

## Unser strategischer Ansatz: Klimaschutz vorantreiben

Als globales Unternehmen sind wir uns bewusst, dass wir eine Verantwortung haben, unsere Auswirkungen auf den Klimawandel zu reduzieren und uns auf seine Folgen vorzubereiten, um langfristig zukunftsfähig zu bleiben. Wir wissen, dass unser Handeln das Klima in vielen Stufen der Wertschöpfungskette beeinflusst. Der größte Teil der Klimabelastung von Henkel entsteht durch die Nutzung fossiler Brennstoffe zur Herstellung von Rohstoffen, zum Betrieb unserer Fabriken, zur Unterstützung der Produktnutzung oder für den Transport. Auch Veränderungen bei der Landnutzung führen zu Emissionen, die auf den Klimawandel einzahlen und es erschweren, die Umweltbelastung insgesamt zu reduzieren. Die meisten der mit unserem SBTi-Ziel verbundenen Emissionen stammen aus der Lieferung von Rohstoffen, Verpackungen und sonstigen Gütern. Aus diesem Grund arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen, um den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unserer Lieferkette zu reduzieren.

### Climate Transition Plan: Unser strategisches Fundament

Bei Henkel ist Net-Zero nicht nur ein Ziel. Für uns bedeutet Net-Zero die ganzheitliche Transformation unserer Organisation und unserer Kultur.

Unser **Climate Transition Plan** ist ein zentraler Bestandteil unseres Ansatzes zur Eindämmung des Klimawandels. Er beschreibt unsere kurzfristigen Ziele und unsere Net-Zero-Ziele sowie die Maßnahmen zur Emissionsreduktion, mit denen wir diese Ziele erreichen wollen. Diese Ziele wurden von der Science Based Targets initiative (SBTi) im Jahr 2024 verifiziert, einer Organisation für unternehmerisches Klimaschutzengagement, die Unternehmen dabei unterstützt, Net-Zero-Ziele im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen festzulegen.



**„Da sich die Leistungserwartungen weiterentwickeln, prägt Nachhaltigkeit zunehmend die Wettbewerbsfähigkeit. Durch Innovation und enge Zusammenarbeit unterstützen wir unsere Kunden dabei, Emissionen zu senken, die Kreislaufwirtschaft voranzutreiben und neue Potenziale zu erschließen.“**

**Mark Dorn**  
Mitglied des Vorstands  
Adhesive Technologies



## Risiken und Chancen des Klimawandels

Bei der Bewertung der potenziellen Auswirkungen des Klimawandels auf unsere Geschäftstätigkeit betrachten wir die gesamte Wertschöpfungskette, von der Materialbeschaffung bis zum Vertrieb unserer Produkte. Wir stützen uns auf die Ergebnisse unseres umfassenden Risiko- und Chancenbewertungsprozesses, der verschiedene Klimaszenarien berücksichtigt und sich an den Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) orientiert. Klimabezogene Risiken identifizieren und bewerten wir auf Basis der Vorgaben der European Sustainability Reporting Standards (ESRS).

Die relevanten Auswirkungen des Klimawandels auf unser Unternehmen unterteilen wir in erster Linie in zwei wesentlichen Risikokategorien: Übergangsriskien im Zusammenhang mit dem Wandel hin zu einer emissionsarmen Wirtschaft und Gesellschaft sowie physikalische Risiken wie die erhöhte Wahrscheinlichkeit von Extremwetterereignissen in der Zukunft.

## Net-Zero-Ziele und Erfolge 2025

Henkel definiert Ziele für absolute Emissionen von Scope 1 bis 3, die sich auf Betrieb, Energieverbrauch und Emissionen entlang der Wertschöpfungskette beziehen; Basisjahr ist 2021.



### -90 % THG-Emissionen der Scopes 1, 2 und 3 (2045)

Zielerreichung 2025:



Basisjahr: 2021

Zieljahr: 2045



### -42 % absolute Scope-1- und Scope-2-THG-Emissionen (2030)

Zielerreichung 2025:



Basisjahr: 2021

Zieljahr: 2030



### -30 % absolute Scope-3-THG-Emissionen (2030)

Zielerreichung 2025:



Basisjahr: 2021

Zieljahr: 2030



### 100 % des zu beschaffenden Stroms aus erneuerbaren Energiequellen (2030)

Zielerreichung 2025:



97 %

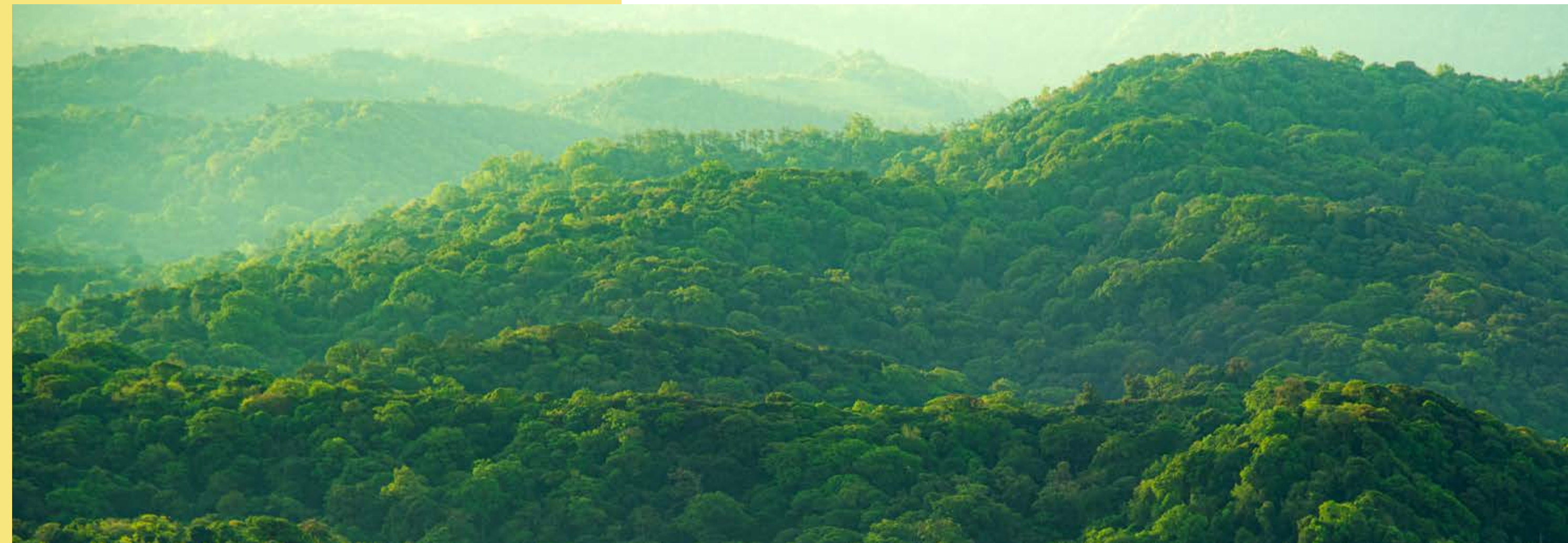
Zieljahr: 2030

## Unser Weg zum Net-Zero-Ziel

Henkel hat sich zum Ziel gesetzt, in seiner gesamten Wertschöpfungskette bis 2045 Net-Zero-Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) zu erreichen. Danach arbeiten wir daran, alle verbleibenden Emissionen abzuscheiden, die nicht vollständig vermieden werden können. Dieser Plan folgt dem Klimaziel von 1,5 Grad Celsius und konzentriert sich auf die Reduktion negativer Umweltauswirkungen. Henkel plant, seine gesamten direkten und indirekten THG-Emissionen schrittweise zu reduzieren, einschließlich Emissionen, die mit Landnutzung und Bioenergie verbunden sind. Sobald die Emissionen in den Scopes 1, 2 und 3 um 90 Prozent reduziert worden sind (wie vom SBTi Corporate Net-Zero Standard

gefordert), kann Henkel die verbleibenden geringen Emissionen ausgleichen. Zum Ausgleich verbleibender Emissionen werden ausschließlich hochwertige Projekte zur Kohlenstoffentnahme akzeptiert, die Kohlenstoff dauerhaft entnehmen und speichern.

Wir arbeiten daran, die Emissionen in unserem direkten Betrieb zu reduzieren. Außerdem sind wir bestrebt, die THG-Emissionen aus vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsaktivitäten zu reduzieren, indem wir uns auf Ökodesign, emissionsarme Materialien, die Einbindung von Lieferanten und eine CO<sub>2</sub>-effiziente Logistik konzentrieren.



## Reduktion der Emissionen entlang der Wertschöpfungskette und darüber hinaus

Die Reduktion der Emissionen, die direkt aus unseren eigenen Aktivitäten resultieren, ist ein Schwerpunkt unserer Klimaschutzmaßnahmen, da wir direkten Einfluss auf Maßnahmen zur Reduktion dieser Emissionen haben. Entsprechende Maßnahmen sind energiebezogen und umfassen: Energieeffizienz, Eigenerzeugung erneuerbarer Energien sowie Beschaffung von erneuerbaren Energien und Brennstoffen.

### ENERGIEVERBRAUCH

Energieeffizienz  
Einsatz erneuerbarer Energien  
Beschaffung erneuerbarer Energien und Brennstoffe

### ÖKODESIGN

Formatdesign  
Verpackungsdesign

Unsere Net-Zero-Transformation verlangt von uns die Entwicklung eines emissionsarmen Produktportfolios durch Optimierung der Eigenschaften und Zusammensetzung unserer Produkte. Zwei Hebel bieten in diesem Zusammenhang ein erhebliches Potenzial zur Emissionsreduktion: das Format- und das Verpackungsdesign.

**-90%**  
THG-EMISSIONEN

Unsere Logistikemissionen stammen aus dem vorgelagerten Transport unserer Materialien sowie aus dem nachgelagerten Transport und Vertrieb unserer Produkte. Um die damit verbundenen Emissionen zu reduzieren, setzen wir die folgenden beiden Hebel zur Emissionsreduktion ein: Optimierung der Logistik und kohlenstoffarmer Transport.

Optimierung der Logistik  
Kohlenstoffarmer Transport

### CO<sub>2</sub>-EFFIZIENTE LOGISTIK

Einbindung von Lieferanten  
Verpackungen  
Rohstoffe

### EMISSIONSARME MATERIALIEN

Eingekaufte Materialien haben einen großen Einfluss auf unseren THG-Fußabdruck. Aus diesem Grund ist der Übergang zu nachhaltigeren und emissionsarmen Materialien eine wichtige Voraussetzung für unsere Net-Zero-Transformation. In diesem Zusammenhang sind drei Emissionsreduktionshebel entscheidend: Einbindung von Lieferanten, Verpackungen und Rohstoffe.



REDUKTION VON  
EMISSIONEN  
WÄHREND DER  
PRODUKTNUTZUNG



BEYOND VALUE  
CHAIN MITIGATION  
(BVCM)

## Energieverbrauch in unseren Betrieben

Wir arbeiten daran, die Energieeffizienz in unseren eigenen Betrieben zu steigern, indem wir in Technologien und Prozesse investieren, die den Energieverbrauch in der Fertigung, in Lagereinrichtungen, Büros, Fuhrparks und Zentren für die Forschung und Entwicklung senken. Um die Emissionen unserer Fuhrparks zu reduzieren, haben wir eine globale Mobilitätsinitiative mit flexiblen und nachhaltigen Mobilitätslösungen ins Leben gerufen.

Wo immer dies möglich ist, installieren wir an unseren Standorten Solaranlagen und Biomassekessel, um direkt

vor Ort saubere, erneuerbare Energie zu erzeugen. Dies trägt zu unseren allgemeinen Nachhaltigkeitszielen bei, indem wir unsere Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen verringern und unsere betriebliche CO<sub>2</sub>-Bilanz verbessern.

Für die Energie, die wir für unsere betrieblichen Prozesse benötigen, wollen wir den Best Practices des THG-Protokolls folgen und auf 100 Prozent erneuerbare Energiequellen umstellen. Bei der Wärmeerzeugung setzen wir auf erneuerbare Kraftstoffe, da die Elektrifizierung sämtlicher Henkel-Prozesse nicht umsetzbar ist. Wir planen, Biomethan oder andere erneuerbare Brennstoffe zu beschaffen, um eine Reduktion unserer direkten Emissionen zu erreichen.





# CO<sub>2</sub>-NEUTRALE PRODUKTION FÖRDERN

CO<sub>2</sub>-neutrale Produktion beginnt bei Henkel mit einem zentralen Prinzip: Energieeffizienz. Um unser Einsparpotenzial auszuschöpfen, haben wir im Jahr 2025 ein Smart-Metering-System an mehreren neuen Standorten weltweit eingeführt, darunter unser Center of Excellence for Hair Coloration in Maribor, Slowenien, sowie unsere Produktionsstätten in Bogotá, Kolumbien, und Geneva, USA. Dieses System, das erstmals 2013 eingeführt wurde, enthält erweiterte Dashboards für detaillierte Analysen und datengestützte Entscheidungen.

Neben intelligenten Messsystemen investieren wir in innovative Prozessoptimierungen – wie den neuen Wirbelschicht-Sandtrockner in Panteleimon, Rumänien, der den Energieverbrauch um über 40 Prozent senkt und Wärme für Gebäudeheizung und Wasserversorgung zurückgewinnt. Diese Verbesserungen sparen Energie und ermöglichen es uns, Biomethan-Zertifikate zu erwerben, um den gesamten Heizbedarf zu decken.

Für die von uns genutzte Energie hat die Selbsterzeugung von erneuerbarer Energie stets Priorität. Ein Highlight des Jahres 2025 war die Inbetriebnahme des größten Solarkraftwerks von Henkel an unserem Standort in Kruševac in Serbien. Mit mehr als 13.000 Solarmodulen erzeugt dieses Werk jährlich mehr als

**„Wir sind stolz darauf, mit der neuen großflächigen Solaranlage auf unseren Dächern einen erheblichen Teil unseres Strombedarfs selbst zu erzeugen. Damit tragen wir zu unserem Net-Zero-Ziel bei und erhöhen die Resilienz unseres Produktionsstandorts.“**

**Dusan Antonijevic,  
Standortleiter  
Kruševac, Serbien**



CO<sub>2</sub>-neutrale  
Produktion an

**37**

Standorten weltweit

6.000 MWh Ökostrom – genug für rund 4.000 Haushalte in Europa.

Wenn wir Energie extern beziehen müssen, nutzen wir Stromabnahmeverträge, und für Gas, das wir nicht durch Elektrifizierung ersetzen können, greifen wir auf Biomethan zurück. Ein gutes Beispiel ist unser Standort in Gebkım, Türkei, wo wir die vollständige Elektrifizierung unserer thermischen Energieversorgung abgeschlossen haben. Unsere Teams ersetzen Dampfessel durch Elektrokessel und optimierten die Effizienz der Kühler. In Maribor, Slowenien, wurden Wärmepumpen im industriellen Maßstab installiert. In Környe, Ungarn, haben wir die Gebäudeheizung von Gas auf elektrische Wärmepumpen umgestellt, wodurch der Energiebedarf in einer Größenordnung von 1.000 Haushalten reduziert wird. Die verbleibenden Hochtemperaturprozesse werden mit Biomethan angetrieben, wodurch wir an diesem Standort 100 Prozent erneuerbare Energie erreichen.

Da die physische Belieferung mit Biomethan nicht immer möglich ist, stellen wir den Bezug über Zertifikate sicher. In einigen Fällen gehen wir sogar einen Schritt weiter – wie bei unserem Werk in Jundiaı, Brasilien, wo wir den konzernweit ersten Vertrag über die physische Lieferung von Biomethan unterzeichnet haben.



## ÖKODESIGN

### KOMPAKTE FLÜSSIGWASCHMITTEL

Kompakte Produktformate und Verpackungen ermöglichen die Reduktion von THG-Emissionen, beispielsweise in der Logistik. Dies liegt daran, dass durch kleinere Flaschen mehr Kisten auf jede Palette passen, was wiederum weniger Lkw erforderlich macht. Im Jahr 2025 brachte unser Unternehmensbereich Consumer Brands kompakte Formate und Verpackungen für unsere Flüssigwaschmittel der Marken all, Persil und Snuggle auf den nordamerikanischen Markt. Durch diese Innovationen konnten 4.000 Tonnen CO<sub>2</sub> an Transportemissionen und 1.300 Tonnen an Plastik pro Jahr eingespart werden.

### NUTZUNG VON RECYCELTEM SILBER ALS INNOVATIVEM NACHHALTIGEM ROHSTOFF

Henkel ist ein branchenführender Anbieter von Materialien und Dienstleistungen für gedruckte Elektronik. Das breite Loctite-Portfolio von Funktionsfarben umfasst leitfähige Farben und Lacke sowie resistive und dielektrische Farben. Diese Materialien ermöglichen es den Partnern unseres Ökosystems, Druckelektroanwendungen zu entwickeln, die auf die spezifischen Anforderungen von Industriekunden zugeschnitten sind. Im Jahr 2025 hat Henkel die branchenweit ersten und hochleitfähigen Silberfarben auf der Basis von recyceltem Silber auf den Markt gebracht. Durch den Einsatz von recyceltem Silber werden 80 Prozent Emissionen gegenüber der Verarbeitung von Primärsilber eingespart.



## EMISSIONSARME MATERIALIEN

### REDUKTION VON CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN BEI VERPACKUNGEN

Die vor- und nachgelagerten Emissionen aus Rohstoffen, Verpackung, Logistik und Produktentsorgung machen den größten Anteil unserer Gesamtemissionen aus. Aus diesem Grund richten wir unser Augenmerk auf emissionsarme Materialien. Einer der wirkungsvollsten Hebel ist der Ersatz von neuem Kunststoff durch recycelten Kunststoff. Im Jahr 2025 wurden unsere Flaschen für Flüssigwaschmittel (bis zu 3 Liter) für Marken wie Persil, Spee, X TRA und Le Chat in ganz Europa zu 65 Prozent aus recyceltem Post Consumer Rezyklat (PCR) hergestellt. Diese Umstellung führte 2025 zu einem schrittweisen Einsatz von 541 Tonnen PCR und damit zu einer geschätzten jährlichen CO<sub>2</sub>-Senkung von rund 600 Tonnen.

### EMISSIONSARME KLEBSTOFFE – WIE DATEN UNSERE NET-ZERO-ROADMAP STÜTZEN

In den vergangenen drei Jahren haben wir systematisch umfassende Informationen zu CO<sub>2</sub>-Emissionen in unseren Wertschöpfungsketten gesammelt. Bis heute haben wir eine Basisabdeckung von mehr als 90 Prozent erreicht, wodurch wir für wichtige Rohstoffe in unseren Technologien, Regionen und Herstellungsprozessen CO<sub>2</sub>-Emissions-Hotspots identifizieren konnten. Um die Genauigkeit der CO<sub>2</sub>-Fußabdrücke unserer Produkte zu erhöhen und effektive Reduktionen voranzutreiben, haben wir 2024 das Henkel-Programm „Climate Connect“ eingeführt. Ziel ist es, lieferantenspezifische CO<sub>2</sub>-Fußabdrücke zu sammeln. Die Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen ist zu einem integrierten Entscheidungskriterium bei der Beschaffung von Rohstoffen und im Portfoliomanagement geworden. Dies ermöglichte 2025 die Einführung unserer ersten emissionsarmen Produkte, um Kunden auf ihrem Weg zur Dekarbonisierung zu unterstützen.



### EINBINDUNG VON LIEFERANTEN ÜBER „CLIMATE CONNECT“

Um die Bewertung der CO<sub>2</sub>-Emissionen in der vorgelagerten Lieferkette auf die nächste Stufe zu heben, hat Henkel 2024 ein umfassendes Engagement-Programm für seine weltweiten Lieferanten namens „Climate Connect“ initiiert. Das Programm zielt darauf ab, die Dekarbonisierung entlang der Wertschöpfungskette voranzutreiben – durch die Erfassung von Emissionsdaten, gemeinsam definierte Maßnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion und kontinuierliche Weiterbildung. Im Rahmen der Initiative „Together for Sustainability (TfS)“, die Henkel 2011 gemeinsam mit anderen Branchenpartnern ins Leben gerufen hat, arbeitet das Unternehmen bereits eng mit anderen Mitgliedern zusammen, um CO<sub>2</sub>-Daten von strategischen Lieferanten zu erfassen. Mit dem Programm „Climate Connect“ wird dieser Ansatz auf einen noch größeren Lieferantens Stamm ausgeweitet.

## CO<sub>2</sub>-EFFIZIENTE LOGISTIK

### VOLLELEKTRISCHER LKW eACTROS IM EINSATZ

In Deutschland pendelt der eActros nun emissionsfrei zwischen unserem Adhesive Technologies-Lager in Bönen und unserem Produktionsstandort in Düsseldorf. Indem wir auf elektrische Transportlösungen setzen, vermeiden wir jährlich etwa 50 Tonnen CO<sub>2</sub>. Damit senden wir ein klares Signal hinsichtlich unserer Verantwortung für die Umwelt und die Zukunft.

### OPTIMIERTE LOGISTIK ERMÖGLICHT EMISSIONSARME TRANSPORTE

Seit November 2025 baut Henkel sein Hochregallager in Düsseldorf-Holthausen aus und nimmt schrittweise zusätzliche Logistikkapazitäten in Betrieb. Mit dieser Erweiterung ist Henkel in der Lage, zusätzliche Produktkategorien und Transportrouten in dieses emissionsarme Setup zu integrieren. Sobald die Anlage voll funktionsfähig ist, werden auch Beauty Care-Produkte

aus unserem CO<sub>2</sub>-neutralen Standort in Wassertrüdingen in Düsseldorf gelagert. Die Produkte werden direkt mit dem Zug zwischen den Henkel-Standorten transportiert, wodurch ein emissionsarmer Transportkorridor nach Holthausen geschaffen wird. Dieser optimierte Ablauf reduziert die Komplexität und vermeidet halbleere Lkw, während zugleich CO<sub>2</sub> eingespart und die Effizienz über die gesamte Lieferkette verbessert wird.



## Reduktion von Emissionen in der Nutzungsphase

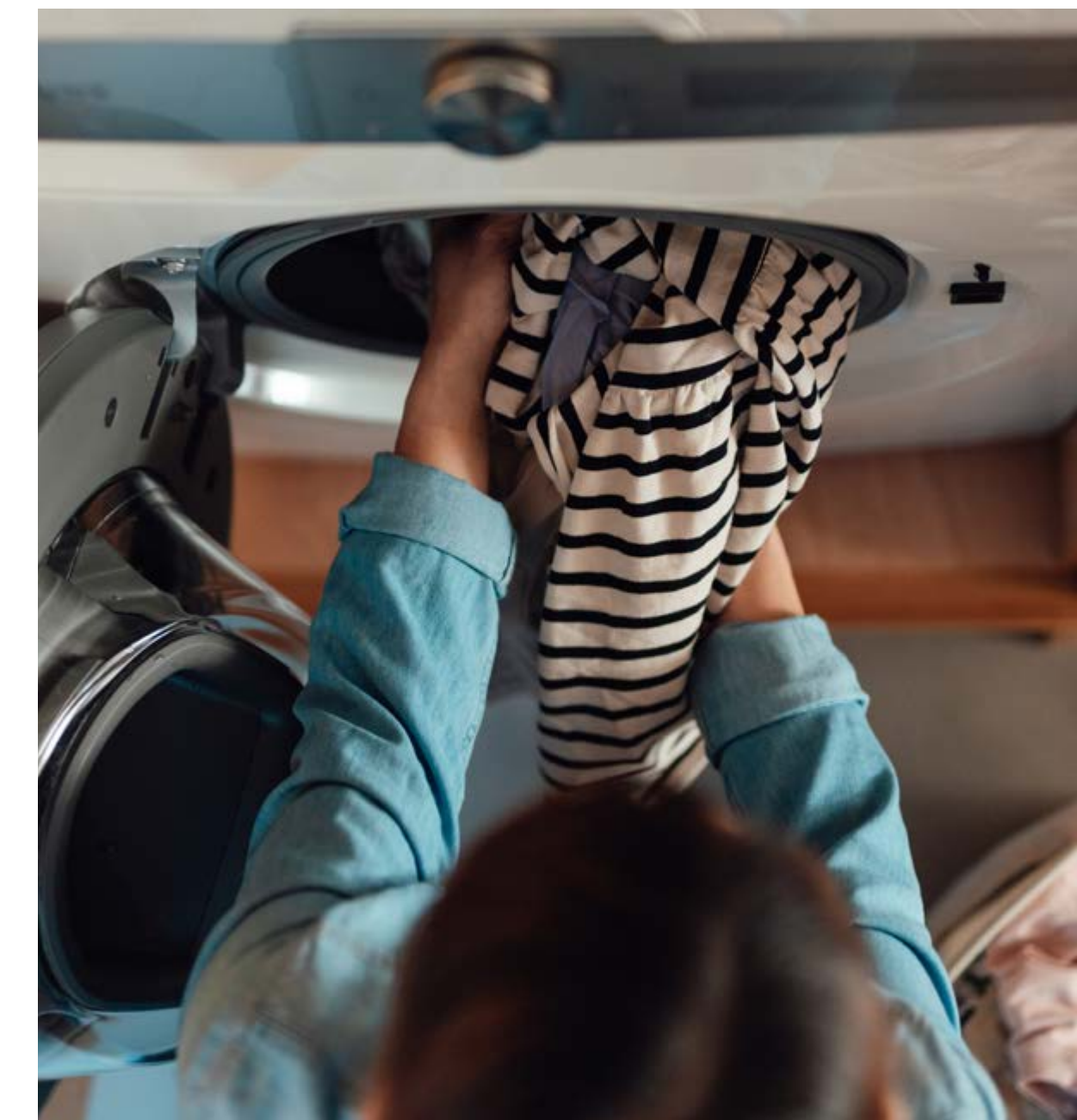
Emissionen, die während der Nutzungsphase unserer Produkte entstehen, sind für uns aufgrund ihrer indirekten Natur nur sehr schwer zu beeinflussen. Aus diesem Grund sind sie von unserem Net-Zero-Ziel ausgeschlossen. Der Umfang dieser Emissionen ist jedoch nach wie vor sehr hoch. Um diesem Umstand Rechnung zu tragen und unserer Verantwortung gerecht zu werden, sind Maßnahmen zur Reduktion dieser Emissionen ein wichtiges Ziel unserer Klimastrategie. Wir gehen dies aus zwei Perspektiven an: Erstens entwickeln wir Innovationen zur Optimierung der Merkmale unserer Produkte. Und zweitens binden wir Kunden und Verbraucher:innen ein, um eine energieeffiziente und nachhaltige Nutzung und Entsorgung unserer Produkte zu fördern.

### Produktinnovationen

Wir verfolgen das Ziel, mit unseren Produkten und Technologien die Emissionen zu reduzieren oder – je nach Anwendung – die Emissionen zu vermeiden, die bei der Nutzung entstehen. Mit unseren Marken und Technologien stellen wir Produkte her, deren Einsatz und Nutzung mit dem Verbrauch von Energie in Verbindung stehen. Dazu zählen unter anderem Waschmittel, Duschgele und Schmelzklebstoffe. Durch Innovationen wollen wir für mehr Energieeffizienz zur Reduktion des Energieverbrauchs und der damit verbundenen CO<sub>2</sub>-Emissionen beitragen.

## Einbindung von Kunden und Verbraucher:innen

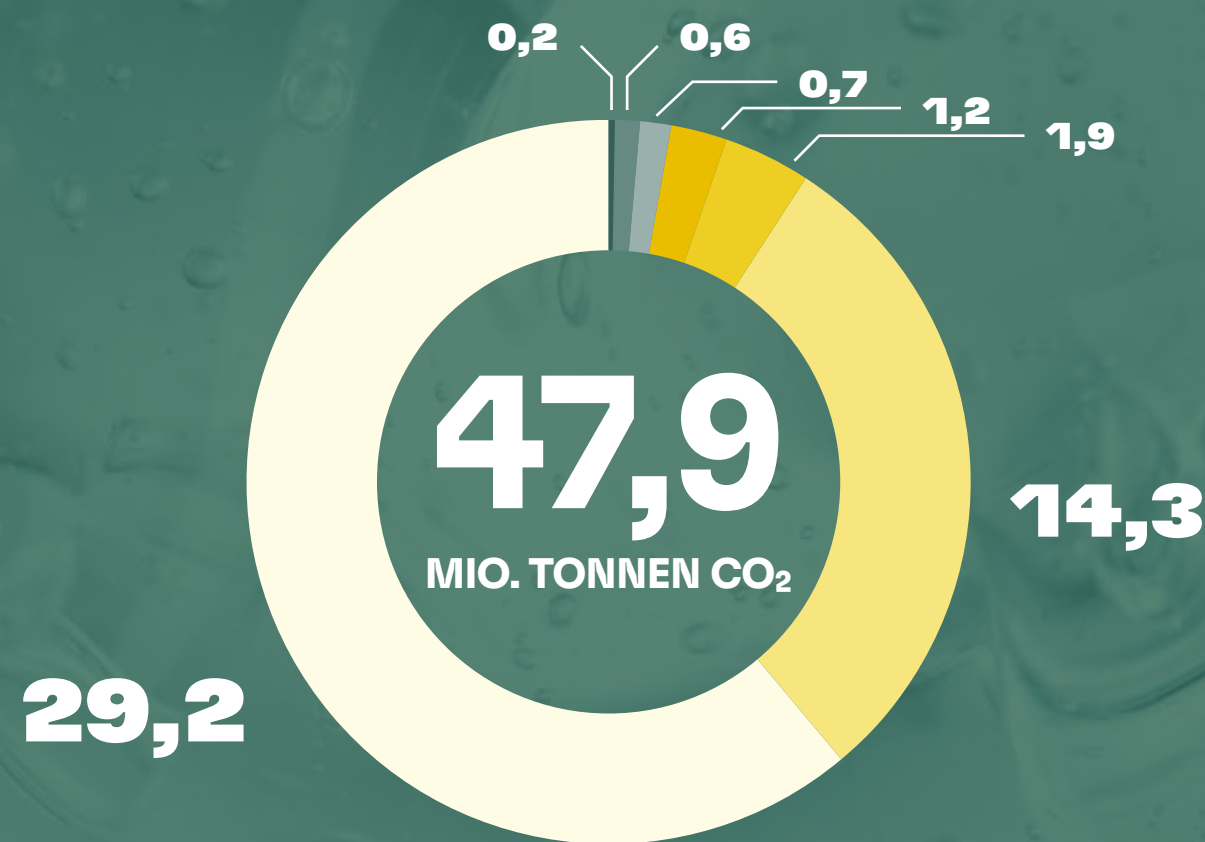
Die Emissionen aus der Nutzungsphase unserer Produkte sind indirekt. Dies bedeutet, dass wir stark vom Verhalten der Kunden und Verbraucher:innen abhängig sind, um eine Reduktion der Emissionen zu erreichen. Daher ist es wichtig, Kunden und Verbraucher:innen einzubinden und sie zu einem nachhaltigeren Verhalten bei der Produktanwendung zu animieren. Diesbezüglich arbeiten wir mit Industriekunden zusammen, um den Anwendungsprozess unserer Produkte zu optimieren und die Energieeffizienz zu steigern. Darüber hinaus entwickeln wir Engagement-Programme, um Verbraucher:innen über die energieeffiziente Nutzung unserer Wasch- und Reinigungsmittel sowie Haar- und Körperpflegeprodukte aufzuklären und so eine Verhaltensänderung herbeizuführen.



## Transparenter Fußabdruck: Treibhausgasbilanz von Henkel

Wir folgen den Anforderungen und Richtlinien des THG-Protokolls zur Messung unserer Treibhausgasemissionen entlang der Wertschöpfungskette. Die durch unseren Betrieb erzeugten THG-Emissionen (Scope 1 und 2) machen nur einen Bruchteil unserer gesamten THG-Emissionen aus. Scope-3-Emissionen tragen am stärksten zu den Gesamtemissionen bei. Diese Emissionen entstehen aus Rohstoffen, Verpackung, Logistik, Entsorgung und anderen Quellen.

### Gesamtemissionen von Henkel 2021 inkl. Nutzungsphase



Scope 1	Scope 1 CO <sub>2e</sub>	0,618
Scope 2	Scope 2 marktbasierend	0,160
Scope 3	Sonstige	0,674
Scope 3.4 und 3.9	Transport und Vertrieb	1,163
Scope 3.12	Entsorgung	1,864
Scope 3.1	Erworbene Waren und Dienstleistungen	14,289
Scope 3.11	Indirekte Nutzungsphase	29,217

„IT STARTS WITH US“-INITIATIVE  
2023 rief Consumer Brands die Initiative „It starts with us“ ins Leben. Sie soll Verbraucher:innen zu nachhaltigeren Gewohnheiten verhelfen und die CO<sub>2</sub>-Emissionen während der Nutzung unserer Produkte senken. Indem wir einfache, konkrete Tipps wie die Senkung der Wassertemperatur oder die Verkürzung der Duschzeit vermitteln, geben wir den Verbraucher:innen die Möglichkeit, kleine Veränderungen mit großer Wirkung vorzunehmen. 2025 ging die Kampagne in ihr drittes Jahr und wurde sowohl digital als auch am Point of Sale in wichtigen europäischen Märkten umgesetzt. Letztes Jahr haben wir die Integration mit unseren Marken vertieft und dabei in der Nutzungsphase gewünschte Verhaltensweisen gefördert. Die Initiative schärft das Bewusstsein und treibt Veränderungen in Alltagsroutinen voran. Unser Einzelhandelspartner AS Watson hat unsere Bemühungen, Verbraucher:innen nachhaltige Entscheidungen näherzubringen, mit einem Nachhaltigkeitspreis gewürdigt.



### MEHR NACHHALTIGKEIT FÜR ARCHITEKTURANWENDUNGEN

Henkel hat ein neues Aluminium-Ätzprodukt namens Bonderite C-AK 24600 entwickelt, das Herstellern hilft, bei gleicher oder besserer Leistung weniger Energie zu verbrauchen. Durch das Ätzen bei der Vorbehandlung von Aluminium entsteht eine Oberfläche, auf der Beschichtungen haften können. Das erfordert normalerweise hohe Temperaturen und viel Energie. Mit Bonderite C-AK 24600 können Unternehmen die Prozess-temperatur um bis zu 7 Grad Celsius senken, ohne dass dies die Ätzresultate beeinträchtigt.

### WENIGER EMISSIONEN BEIM AUFTRAGEN VON KLEBSTOFFEN

Unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies zeigt, wie messbare Nachhaltigkeit und bewährte Leistung mit dem optimierten Schmelzklebstoff Technomelt Supra 130 Cool Hand in Hand gehen können. Das Produkt wird nun mit

mindestens 20 Prozent weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen hergestellt, berechnet über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg – und dies bei gleicher zuverlässiger Verklebung und vollständiger Versorgungskontinuität. Die chemische Zusammensetzung des Klebstoffs bleibt unverändert und erfüllt weiterhin die strengen Anforderungen an die Lebensmittelsicherheit für Karton-, Schalen- und Faltschachtelanwendungen. Die Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen wird durch die enge Zusammenarbeit mit Lieferanten erreicht, indem fossile Ressourcen durch erneuerbare Alternativen ersetzt und energieeffizientere Technologien in die Produktion integriert werden.

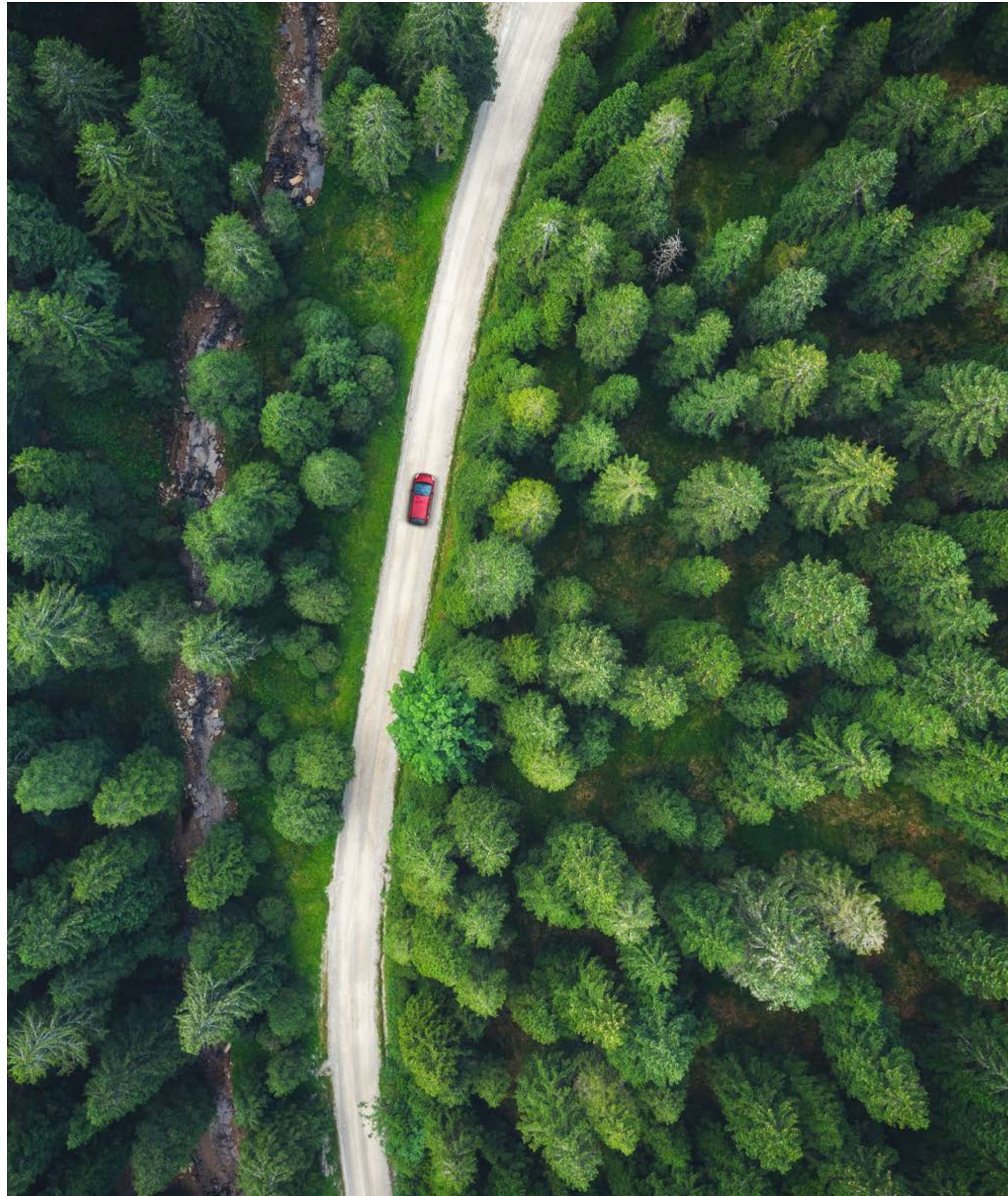
Durch den Einsatz emissionsarmer Rohstoffe an allen relevanten Produktionsstandorten in Europa stellt Henkel sicher, dass alle Kunden automatisch profitieren – ohne Änderungen bei Verarbeitung, Anwendung oder Logistik. Mit diesem Ansatz unterstützt Henkel die Verpackungsindustrie bei der Verbesserung ihrer Umweltbilanz.



## Über die Wertschöpfungskette hinaus

Unsere Net-Zero-Strategie geht über die Senkung von Emissionen hinaus, indem sie schwer zu senkende Emissionen adressiert und einen fairen und gerechten Übergang unterstützt. Im Einklang mit dem Net-Zero-Standard der SBTi wenden wir einen BVCM-Ansatz (Beyond Value Chain Mitigation) an – mit Maßnahmen und Investitionen außerhalb unserer Wertschöpfungskette zur Reduktion oder Vermeidung von Treibhausgasen.

Mit BVCM wollen wir den weltweiten Fortschritt Richtung Net-Zero gemeinsam mit anderen beschleunigen, uns für entsprechende politische Rahmenbedingungen einsetzen sowie technologische und natürliche Lösungen zur Kohlenstoffbindung unterstützen. Dies wird uns helfen, ein ausgewogenes Portfolio für Emissionszertifikate aufzubauen, im Einklang mit unseren umfassenderen Zielen im Bereich Klima und Natur.



## Ausblick

Unser Climate Transition Plan skizziert, wie unser Geschäftsmodell und unsere strategischen Prioritäten mit dem Ziel der Begrenzung der globalen Erwärmung auf 1,5 Grad Celsius vereinbar sind. Dieser Plan dient als Roadmap für verantwortungsvolles Wachstum und Klimaresilienz und ebnet uns den Weg zu Net-Zero-Emissionen bis 2045.

Klimaschutz ist wichtig, da die Auswirkungen des Klimawandels stärker und sichtbarer werden und Gemeinschaften, Ökosysteme und die langfristige Geschäftsstabilität bedrohen. Jetzt zu handeln hilft, Risiken zu reduzieren, Ressourcen zu schützen und eine nachhaltige Zukunft zu unterstützen.

Die Aktualisierungen der Science Based Targets initiative (SBTi) und des THG-Protokolls müssen uns dabei helfen, ab 2030 noch stärkere Klimaschutzmaßnahmen zu ergreifen. Sie müssen zu klareren Regeln, besseren Messstandards und konsistenteren Berichten führen. Wir werden neue kurzfristige Ziele festlegen, die sowohl die Überarbeitungen für 2030 als auch unseren Weg bis 2035 widerspiegeln.

### Climate Transition Plan

Unser Climate Transition Plan dient als Schlüsselement unseres Ansatzes zur Eindämmung des Klimawandels. Er beschreibt unsere kurzfristigen und Net-Zero-Ziele sowie unsere Maßnahmen zur Emissionsreduktion. Außerdem werden unsere Governance- und Bereitstellungsmechanismen für die Umsetzung unserer Net-Zero-Transformation klar beschrieben.

[Climate Transition Plan lesen](#)

## KPIs und Daten

Alle weiteren quantitativen Informationen sind im Kapitel „[Kennzahlen](#)“ zu finden.

[Kennzahlen](#)

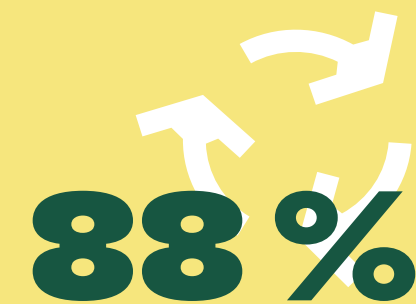
# KREISLAUF- WIRTSCHAFT



## Highlights 2025



Anteil von recyceltem  
Kunststoff bei den Verpackungen  
unserer Konsumgüterprodukte



der Verpackungen für Recycling  
oder Wiederverwendbarkeit  
konzipiert<sup>1</sup>



Abfall aus der Produktion  
pro Tonne Produkt  
(vs. 2010)

<sup>1</sup> Mit Ausnahme von Produkten, deren Inhaltsstoffe oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

Die Entkopplung des Wirtschaftswachstums vom Verbrauch begrenzter natürlicher und fossiler Ressourcen sowie der Ausbau einer Kreislaufwirtschaft sind zentrale Voraussetzungen für eine nachhaltige Wertschöpfung. Wir unterstützen den Übergang zur Kreislaufwirtschaft, verankern sie im gesamten Produktlebenszyklus und entwickeln uns gemeinsam mit unseren Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette kontinuierlich weiter.

## Fokus-Themen

### Innovative und nachhaltige Verpackungen



### Kreislaufwirtschaft in der Produktion



### Transformation zur Kreislaufwirtschaft



## Unser strategischer Ansatz: Kreislaufwirtschaft fördern

Die meisten heutigen Geschäftsmodelle sind linear aufgebaut. Doch lineare Ansätze nutzen Ressourcen nicht effizient, erhöhen den Druck auf Land- und Wassernutzung, verstärken die Umweltverschmutzung und führen zu hohen CO<sub>2</sub>-Emissionen. Henkel setzt daher auf Strategien der Kreislaufwirtschaft, die zu resilientem, langfristigem Erfolg beitragen. Der Übergang zu kreislauforientierten Modellen kann nur gelingen, wenn Kreisläufe vollständig geschlossen werden, um Verschwendung und den Verlust von Wertstoffen zu vermeiden. Wir wollen hierzu einen direkten Beitrag leisten und Teil kooperativer Bemühungen sein, Kreisläufe zu schließen.

Henkel nimmt in diesem Kontext eine besondere Rolle ein, da wir sowohl Materialnutzer – etwa für Verpackungen – als auch Technologieanbieter durch unsere Klebstofflösungen für zahlreiche Branchen sind. Diese Doppelrolle prägt unser Engagement zur Förderung der Kreislaufwirtschaft entlang der Wertschöpfungskette. Unser Ansatz umfasst nachhaltiges Design, verantwortungsvolle Betriebsabläufe, innovative Logistik und die aktive Einbindung der Verbraucher:innen, um Umweltauswirkungen zu minimieren und die Ressourceneffizienz zu steigern.

In unserem Unternehmensbereich Adhesive Technologies möchten wir mit gutem Beispiel vorangehen, indem wir die Kreislaufwirtschaft in unseren Betriebsabläufen, im Verpackungsdesign und in der Formulierung unserer Produkte stärken. Gleichzeitig wollen wir technologisch eine Vorreiterrolle einnehmen – mit Lösungen, die den Kreislauf in den Betrieben unserer Kunden, während der Produkt-

nutzungsphase und am Ende der Lebensdauer schließen, indem sie *Wartung, Reparatur, Recyclingfähigkeit* und biologische Abbaubarkeit ermöglichen.

Unser Unternehmensbereich Consumer Brands stärkt die Einbindung der Verbraucher:innen durch klare Hinweise zur Produktnutzung sowie durch Informationen zum Recycling. Wir entwickeln Engagement-Programme, um Verbraucher:innen über die Vorteile einer verantwortungsvollen Nutzung, über nachhaltige Verpackungen und Recycling zu informieren. Darüber hinaus bieten wir innovative Lösungen an – beispielsweise konzentrierte Formulierungen, die den Verpackungsbedarf reduzieren, sowie Produkte, die für einen effizienten Ressourcenverbrauch konzipiert sind. Ergänzend fördern wir nachfüllbare Verpackungen, die mehrfach verwendet werden können. Um die Abhängigkeit von fossilen Ressourcen zu verringern, verfolgen wir das Ziel, den Anteil erneuerbarer Inhaltsstoffe und Verpackungsmaterialien zu erhöhen. Zudem arbeitet der Unternehmensbereich Consumer Brands kontinuierlich daran, durch die Neuformulierung seiner Produkte den Anteil biologisch abbaubarer Inhaltsstoffe auszubauen.


Innovation spielt für Henkel bei der Umstellung auf die Kreislaufwirtschaft eine wichtige Rolle. Wir sind überzeugt, dass Erfolg einen ganzheitlichen End-to-End-Ansatz erfordert – vom nachhaltigen Design bis hin zu Lösungen für das Lebensende unserer Produkte. Dabei wissen wir, dass Kreislaufwirtschaft nur durch Zusammenarbeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Rahmen strategischer Partnerschaften gelingen kann.



### Circularity Policy

Die Circularity Policy von Henkel ist ein integraler Bestandteil unserer umfassenden Nachhaltigkeitsagenda. Sie regelt Beschaffung, Herstellung, Verbrauch und End-of-Life-Management der Produkte, um sicherzustellen, dass die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft in jeder Phase der Wertschöpfungskette verankert sind.

[Circularity Policy lesen](#) →



**„Mit innovativen und nachhaltigen Verpackungskonzepten haben wir unser Engagement für die Kreislaufwirtschaft erneut bekräftigt. Wir bieten innovative Lösungen für Verbraucher:innen, verringern die Abhängigkeit von fossilen Ressourcen und setzen uns dafür ein, den Anteil biologisch abbaubarer Inhaltsstoffe zu erhöhen.“**

**Wolfgang König**  
Mitglied des Vorstands  
Consumer Brands



## Innovative und nachhaltige Verpackungen

Unsere Strategie zur Förderung der Kreislaufwirtschaft für Verpackungen baut auf drei Säulen auf:



### 1. INTELLIGENTES VERPACKUNGS-DESIGN UND WENIGER VERPACKUNGSMATERIAL

Nachhaltige Verpackungslösungen sind der beste Weg zu einer effizienten und kostensparenden Kreislaufwirtschaft. Wir berücksichtigen die Recyclingfähigkeit – den wichtigsten Faktor für unser jeweiliges Ziel – in der Entwurfsphase der Verpackung. Das ist die Basis dafür, wertvolle Materialien im Kreislauf zu halten. Darüber hinaus ist es unser Ziel, die Menge an Verpackungsmaterialien auf ein Minimum zu reduzieren, ohne die Qualität, Leistung oder Sicherheit unserer Produkte zu beeinträchtigen.



### 2. MATERIALIEN AUS NACHHALTIGEN QUELLEN

Henkel arbeitet permanent daran, den Anteil an recyceltem Material in Verpackungen zu erhöhen. Außerdem streben wir an, Verpackungen aus anderen erneuerbaren Materialien wie biobasierten Rohstoffen zu verwenden. Die am häufigsten verwendeten Verpackungsmaterialien aus nachwachsenden Rohstoffen sind Papier und Karton. Henkel setzt jedoch bereits auch andere nachhaltige Verpackungslösungen wie biobasierte Kunststoffe ein.



### 3. GEMEINSAM DEN KREIS SCHLIESSEN

Um die Recyclinginfrastruktur zu verbessern, arbeiten wir mit Unternehmen und Organisationen entlang der Wertschöpfungskette für Verpackungen zusammen. Unser Ziel im Rahmen der erweiterten Herstellerverantwortung (EPR) ist es, sicherzustellen, dass es keine unkontrollierte Entsorgung von Verpackungsabfällen gibt.



## Unsere Ziele und Ambitionen 2025

Ziele:



**100 % der Verpackungen für Recycling oder Wiederverwendbarkeit konzipieren (2025)<sup>1</sup>**

Zielerreichung 2025:

**88 %**

Zieljahr: 2025



**>30 % Anteil an recyceltem Kunststoff (-50 % neue Kunststoffe auf fossiler Basis) für alle Verpackungen unserer Konsumgüterprodukte (2025)**

Zielerreichung 2025:

**28 %**

Zieljahr: 2025

<sup>1</sup> Mit Ausnahme von Produkten, deren Inhaltsstoffe oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

**Ambition:**



**Keine Kunststoffabfälle in die Natur**

## Kreislaufwirtschaft in der Produktion

Wir wollen die Kreislaufwirtschaft auch in unseren Betriebsabläufen stärken. Daher verfolgen wir das Ziel, Produktionsabfälle zu reduzieren und Produktionsmaterialien zu recyceln, wiederzubefüllen oder wiederzuverwenden anstatt sie zu entsorgen. Außerdem streben wir an, die Deponierung von Abfällen vollständig zu vermeiden. Wir unterstützen diese Prozesse, indem wir systematisch Produktionsabfallströme identifizieren und, wo immer möglich, neue Kreislaufsysteme schaffen.

Unter Einsatz eines digitalen Tools werden Abfallströme, Abfallarten und Entsorgungs- oder Recyclingwege monatlich dokumentiert. Dieses Tool und seine Daten bilden auch die Grundlage für weitere Maßnahmen. So integrieren wir die Daten beispielsweise in unser „digitales Rückgrat“, um sie für alle relevanten Stakeholder transparent und verfügbar zu machen und den Austausch von Best Practices zu fördern. Auf diese Weise stellen wir auch die ordnungsgemäße Entsorgung von Sondermüll sicher.

## Unsere Ziele und Ambitionen 2025

Ziel:



**-50 % Abfall aus der Produktion pro Tonne Produkt (2025)**

Zielerreichung 2025:

**-41%**

Basisjahr: 2010

Zieljahr: 2025

Ambition:



**Kreislaufbewirtschaftung von Abfallstoffen der Produktion (2030)**



## Fortschritte bei der Erreichung der gesetzten Ziele

Wir haben die für das Jahr 2025 gesetzten Kreislaufwirtschaftsziele nicht vollständig erreicht. Im Hinblick auf das „Design for Recycling“-Ziel hat Henkel in vielen Regionen und bei vielen Marken erhebliche Fortschritte erzielt. Allerdings waren für bestimmte Formate (wie flexible Verpackungen) keine praktikablen Recycling-Lösungen verfügbar, während in bestimmten Märkten die Infrastruktur fehlte. Angesichts des gestiegenen Bewusstseins für diese technischen und wirtschaftlichen Herausforderungen haben wir unser ehrgeiziges Ziel eines vollständig recycelbaren Verpackungsdesigns auf das Jahr 2030 ausgeweitet.

Bei der Verwendung von recyceltem Kunststoff hat Henkel bislang eine Quote von etwas unterhalb dem Ziel von 30 Prozent erreicht. Dieses Ergebnis wurde hauptsächlich von volatilen Marktbedingungen, technischen Herausforderungen, Portfolioverschiebungen und Volumeneffekten in den verschiedenen Regionen beeinflusst. Wir sind zuversichtlich, dass wir den Anteil von recyceltem Kunststoff bei unseren Verpackungen weiter steigern werden. Wir haben mehrere Projekte in verschiedenen Regionen geplant und uns daher ein entsprechendes Ziel für 2030 gesetzt.

Beim Ziel der Reduktion von Produktionsabfällen hat Henkel im Jahr 2025 wichtige Fortschritte erzielt. Allerdings führten Portfolioverschiebungen zu einem Anstieg der Menge von Produkten mit höherem Abfallaufkommen. Aufgrund dessen nahm die Menge der Produktionsabfälle zu. Dies stand auch im Zusammenhang mit Standortschließungen und den damit verbundenen Änderungen der Produktionsmengen. Wir werden ein Ziel zur Abfallvermeidung in unserer Strategie für 2030 vorantreiben, da wir dies als eine zentrale Verantwortung auf unserem Weg zur Kreislaufwirtschaft betrachten. Das neue Ziel wird einen erweiterten Umfang sowie eine Methodik umfassen, die gezielte Anreize für Abfallvermeidung, Wiederverwendung und Recycling schafft.

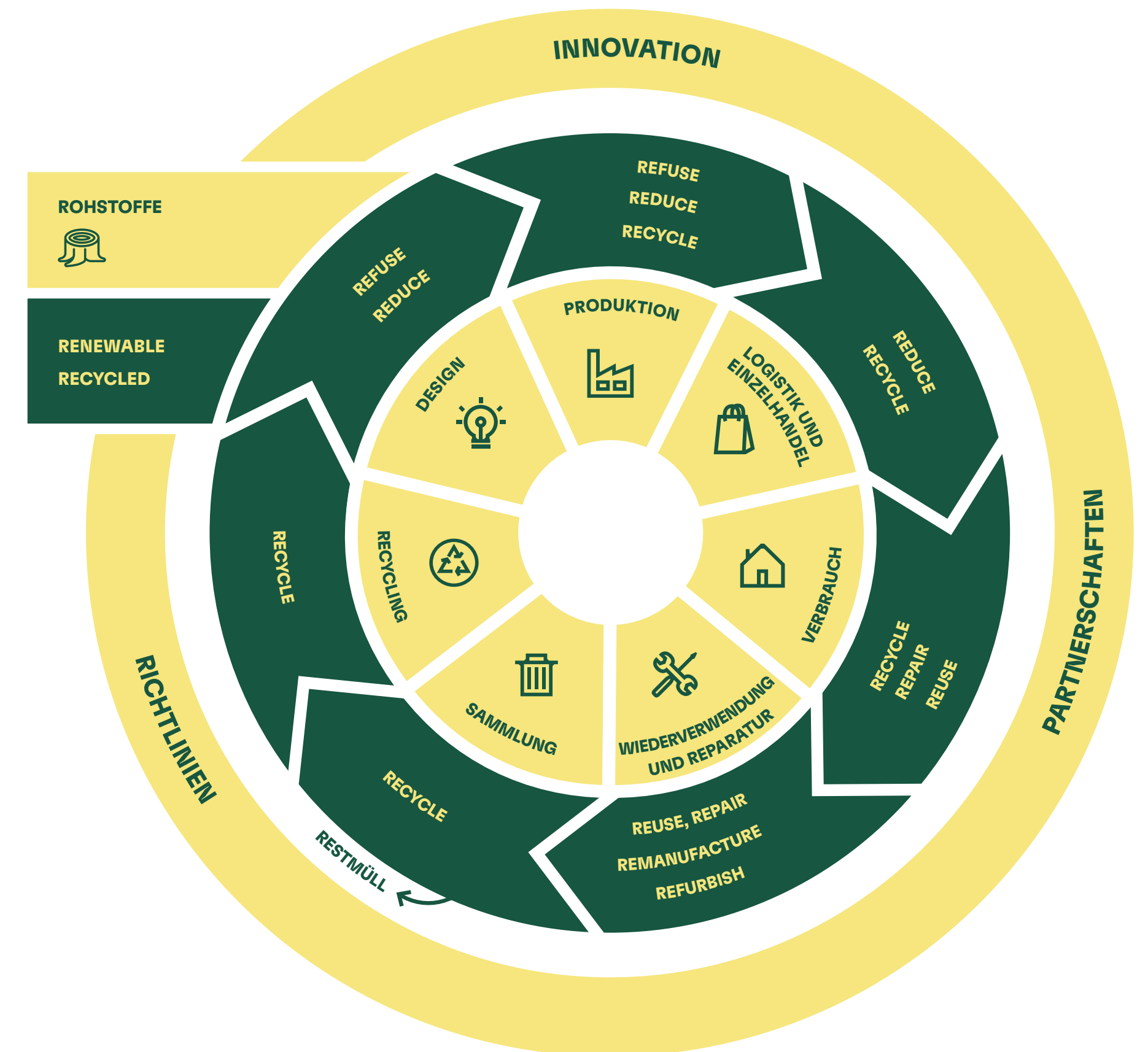
Wir haben wertvolle Erkenntnisse aus den Entwicklungen im Jahr 2025 gewonnen. Wir haben diese Erkenntnisse genutzt, um uns für den Zeitraum bis 2030 angepasste, ehrgeizige und realistische Ziele und Commitments zu setzen.



## Transformation zur Kreislaufwirtschaft

Im Einklang mit unserer Strategie streben wir an, in jeder Phase unserer Wertschöpfungskette die Grundsätze der Kreislaufwirtschaft anzuwenden. Die nachfolgende Grafik veranschaulicht, dass in verschiedenen Phasen

unterschiedliche Maßnahmen ergriffen werden, beispielsweise „Design for Recycling“, Abfallreduktion im Betrieb, die Ermöglichung von Reparaturen oder Refabrikation mit Hilfe unserer Klebstofftechnologien.





## NUTZUNG ERNEUERBARER MATERIALIEN

Wir streben an, den Anteil nichtfossiler Materialien bei Rohstoffen und Verpackungsmaterialien zu erhöhen. Dazu gehören biobasierte, recycelte und CO<sub>2</sub>-basierte Materialien. Biobasierte Materialien bieten eine besondere Möglichkeit, um unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren, und tragen gleichzeitig zur Reduktion der Treibhausgasemissionen am Ende der Lebensdauer bei. Bei Materialien aus der Natur, wie beispielsweise Sheabutter, legen wir besonderen Wert auf eine verantwortungsvolle und nachhaltige Beschaffung.

### TECHNOMELT SUPRA 079 ECO COOL: BIOBASIERTER SCHMELZKLEBSTOFF

Unsere Produkte tragen dazu bei, Emissionen in Produktionsprozessen zu reduzieren und Ressourcen durch effizienten Energie- und Materialverbrauch einzusparen. Im Jahr 2024 stellte Adhesive Technologies eine Lösung vor, die erstmals biobasierte Materialien mit Niedrigtemperaturklebstoffen kombiniert: Technomelt Supra 079 Eco Cool enthält 49 Prozent biobasierte Rohstoffe und 30 Prozent ISCC-zertifiziertes biobasiertes Massenbilanz-Material. Es wird zum Verkleben von Faltschachteln, Tray- und Folien-Verpackungen eingesetzt und ermöglicht dabei niedrigere Verarbeitungstemperaturen als bei Standardanwendungen.

### ZERTIFIZIERTE UMWANDLUNG IN ALTERNATIVE ROHSTOFFE

Die Henkel-Produktionsstätten in Környe, Ungarn, Enoree, USA, Bopfingen, Deutschland, Kruševac, Serbien, Humen und Shanghai, China, sowie Amsterdam, Niederlande, wurden 2025 nach der International Sustainability and Carbon Certification (ISCC) PLUS zertifiziert. Diese weltweit anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung deckt die Verwendung alternativer Rohstoffe ab. Ein wichtiges Kriterium für die Zertifizierung ist der Übergang von fossilen Ressourcen zu biobasierten, recycelten oder atmosphärischen CO<sub>2</sub>-basierten Rohstoffen durch den Massenbilanzansatz. Mit diesen Zertifizierungen gehören diese Standorte zum wachsenden Netzwerk von Henkel mit ISCC PLUS-zertifizierten Produktionsstätten. Dies unterstreicht, wie Henkel den wachsenden Erwartungen der Kunden nach biobasierten und nachhaltigeren Rohstoffen gerecht wird und gleichzeitig die vollständige Rückverfolgbarkeit der Produkte über die gesamte Produktion hinweg gewährleistet.

### AUTHENTIC BEAUTY CONCEPT REPLENISH-PRODUKTLINIE MIT NACHWACHSENDEN INHALTSSTOFFEN

Unsere ganzheitliche Premium-Marke Authentic Beauty Concept hat ihr veganes Replenish-Sortiment mit verbesserter Leistung für intensive Haarreparatur neu aufgelegt. Die neue Formel enthält nachhaltig gewonnenes Reiswasser und Sheabutter, die das Haar pflegen und stärken, ohne es zu beschweren. Diese Produktlinie enthält im Durchschnitt 80,5 Prozent Inhaltsstoffe auf Basis erneuerbarer Rohstoffe und 96,5 Prozent biologisch abbaubare Bestandteile.





## DESIGN

Wir arbeiten im Einklang mit nachhaltigen Designprinzipien, die erneuerbaren Rohstoffen den Vorrang geben und den minimalen Verbrauch von Verpackungsmaterialien priorisieren. Beispiele hierfür sind die Verwendung kleinerer Verschlüsse oder dünnerer Flaschen sowie die Entwicklung von konzentrierten Formeln, die kleinere Flaschen ermöglichen. Auch auf die Recyclingfähigkeit wird von Anfang an Wert gelegt. Zu den Ansätzen hier zählen die Verwendung von Monomaterial-Verpackungslösungen und die Priorisierung wichtiger Aspekte wie Materialzusammensetzung, Farbe und Etiketteneigenschaften. Als Materialhersteller im Verpackungsgeschäft unterstützen wir unsere Kunden aktiv bei der Verbesserung der Recyclingfähigkeit. Wir entwickeln Sauerstoffbarrieren für Monomaterial-Verpackungen sowie Dichtungsmittel, die die Recyclingfähigkeit von Papier erhalten. Zu den Aktivitäten im Bereich Ökodesign gehört auch, dass unsere Verbraucher:innen selbst bei immer stärker konzentrierten Dosierungen und niedrigeren Temperaturen oder mit kaltem Wasser hervorragende Waschergebnisse erzielen können. In unserem Innovationsprozess werden neue Produkte anhand verschiedener Instrumente systematisch analysiert, gemessen und bewertet. Lebenszyklusanalysen ermöglichen es uns, Potenziale zur Verbesserung während der Produktentwicklung zu identifizieren und umzusetzen.

### 💡 WIEDERVERWERTBARE VERPACKUNGEN MIT MEHR BEDEUTUNG FÜR VERBRAUCHERMARKEN

Henkel ist bestrebt, der klaren Nachfrage der Verbraucher:innen nach nachhaltigeren Verpackungen gerecht zu werden. In Österreich und den Niederlanden haben wir die Verpackung unserer WC-Steine von einer nicht recycelbaren Kunststoff-Papier-Blisterverpackung auf eine innovative Papierverpackung umgestellt, die vollständig im Papierabfallstrom recycelbar ist. Mit diesem Schritt haben wir die Recyclingfähigkeit verbessert und gleichzeitig eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen in den Bereichen Vertrieb, Logistik und Verpackung um 45 Prozent erreicht. Diese Verpackung hat den Deutschen Verpackungspreis 2025 für ihre Kombination aus Recyclingfähigkeit und Duftbarriere gewonnen. Darüber hinaus werden alle 250-ml- und 400-ml-Flaschenkörper für Duschgele nun auf transparentes Material vollständig aus recyceltem Kunststoff (rPET) umgestellt. In Nordamerika haben wir die Recyclingfähigkeit mit einer neuen Got2b Curled-Produktlinie gefördert, deren Verpackungen aus einem einzigen Material hergestellt werden: Die Flaschenkörper bestehen aus hochdichtem Polyethylen (HDPE) und die Etiketten aus Polyethylen (PE).



### 💡 KARTONKARTUSCHEN MIT 51% WENIGER KUNSTSTOFF

Henkel hat eine neue Generation von Kartonkartuschen für Dichtstoffe auf den Markt gebracht, die für mehr Benutzerfreundlichkeit und Nachhaltigkeit entwickelt wurde: Herkömmliche Kartuschen bestehen hauptsächlich aus Kunststoff, und die gesamte Verpackung muss nach Gebrauch in nicht kreislauffähigen Abfallströmen entsorgt werden, da die Materialien mit Kleb- oder Dichtstoffrückständen kontaminiert sind. Die neue Kartuschenlösung von Henkel besteht aus mehreren Komponenten: Die obere Kappe und die Düse, der Ring und der Kolben bestehen zu mindestens 49 Prozent aus recyceltem Kunststoff, während das Außenrohr zu 100 Prozent aus recyceltem Karton hergestellt ist. Durch diese Innovation wird die Menge an Kunststoff pro Einheit im Vergleich zu aktuellen Standardkartuschen um mindestens 51 Prozent reduziert. Mit der Einführung wurde im September 2025 europaweit begonnen.



# -62%

CO<sub>2</sub>-Emissionen im Vergleich zu konventionellem Weißblech

### 💡 NEUE WEISSBLECH-VERPACKUNG AUF BASIS VON CO<sub>2</sub>-REDUZIERTEM STAHL

Henkel hat in Europa mit bluemint®-Stahl ein neues nachhaltiges Verpackungskonzept für Klebstoffprodukte eingeführt. Dies ist ein CO<sub>2</sub>-reduziertes Weißblechmaterial, das in Zusammenarbeit mit ThyssenKrupp Rasselstein und Pirlo entwickelt wurde. Dieser Wechsel führt zu einer Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen um 62 Prozent im Vergleich zu herkömmlichem Weißblech. Die Verpackung erfüllt hohe Leistungsstandards und ist vom TÜV SÜD als emissionseinsparend zertifiziert. Weißblech ist bereits in hohem Maße recycelbar und erreicht in Europa eine Recyclingquote von 85,5 Prozent. Aus diesem Grund ist es das am häufigsten recycelte Verpackungsmaterial. Henkel gehört zu den ersten Unternehmen, die bluemint®-Stahl für Rohrklebstoffe verwenden – in diesem Fall unter der Marke Tangit –, wodurch das Engagement für nachhaltige Innovation bekräftigt wird.

### 💡 „PACKAGING RECYCLAB“: TEST ZUKÜNFTIGER VERPACKUNGS-LÖSUNGEN

Um unsere Kunden in der Verpackungsindustrie bei der Entwicklung nachhaltiger Verpackungslösungen zu unterstützen, hat Henkel das „Packaging RecycLab“ geschaffen, eine modulare Testumgebung, in der die Recyclingfähigkeit neuer Verpackungskonzepte unter realistischen Bedingungen getestet werden kann. Diese solide Entscheidungsgrundlage ermöglicht es, Verpackungen von Anfang an so zu gestalten, dass sie künftigen gesetzlichen Anforderungen entsprechen, wie beispielsweise der bevorstehenden EU-Verordnung über Verpackungen und Verpackungsabfälle (PPWR).



### 💡 EFFIZIENTES PET-RECYCLING DURCH SAUBERE TRENNUNG

PET-Flaschen sind aus der Getränkeindustrie nicht mehr wegzudenken, und PET ist einer der wenigen Kunststoffe, die nahezu unbegrenzt recycelt werden können. Der Klebstoff, mit dem das Etikett auf der Flasche befestigt ist, ist entscheidend für die Qualität des recycelten Materials, da alles, was sich während des Recyclingprozesses nicht auflöst, Rückstände auf den PET-Flocken hinterlässt. Kontaminierte PET-Flocken können indes die Qualität des recycelten Produkts durch Trübungen und Vergilbungen beeinträchtigen. Der neue Schmelzklebstoff Technomelt EM 335 RE von Henkel ermöglicht eine saubere Trennung. Er eignet sich ideal für Papier- und Kunststoffetiketten, kann bis zu 40.000 Flaschenetiketten pro Stunde zuverlässig verkleben und zeichnet sich durch eine niedrige Verarbeitungstemperatur von 110 Grad Celsius bis 140 Grad Celsius aus. Dies schützt die Geräte, spart Energie und erhöht die Betriebssicherheit.

### 🏢 HIGH-QUALITY OUTBOUND RECYCLING WÄCHST WEITER

Wir unterstützen die direkte Wiederverwendung und das Recycling durch „High-Quality Outbound Recycling“ (HQOR) an mehreren unserer Produktionsstandorte. Das bedeutet, dass wir die Kreislauffähigkeit verbessern und hochwertige Rohstoffe für andere Branchen bereitstellen. In Mexiko konnte unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies etwa dank hochwertiger Recyclingverfahren den Abfall um 727 Tonnen reduzieren. So konnten unsere Teams Materialien wie Plastiktüten, Metallfässer, Schlicker, Behälter mit und ohne Gitterroste, Holzpaletten und Kartonagen wiederverwerten. An verschiedenen Produktionsstandor-



ten des Unternehmensbereichs Consumer Brands in der EU führen wir Recyclinginitiativen für Silikon-Trägerpapier von selbstklebenden Etiketten durch. Ein Partner entfernt die Silikonschicht und recycelt das Papier zu hochwertigen Produkten. Seit 2020 wurden auf diese Weise über 5.000 Tonnen recycelt. In Brasilien hat Adhesive Technologies ein Programm zur Wiederaufbereitung von Paletten ins Leben gerufen, was zu einer Reduktion von 450 Tonnen Abfall gegenüber 2024 geführt hat. Unser Werk für Klebstoffe in Yantai, China, hat es geschafft, alle 200-Liter-Eisenfässer zu reinigen und wiederzuverwenden.



### 🏢 WIEDERVERWENDUNG VON HOLZPALETTEN

Henkel Nordamerika hat im vergangenen Jahr Maßnahmen zur Abfallkreislaufwirtschaft ergriffen, um Materialien in der Lieferkette zu halten, und innovative Möglichkeiten gefunden, um Materialien zu reduzieren, wiederzuverwenden und zu recyceln. So setzte unser Team in den Henkel-Werken in Greenville und Enoree die Partnerschaft mit einer lokalen gemeinnützigen Tierrehabilitationsorganisation, Izzie's Pond, fort und spendete 60 Tonnen an gebrauchten und kaputten Paletten. Izzie's nutzt die Erlöse aus diesen Palettenspenden, um seine Bemühungen zur Rehabilitation und Auswilderung von Tieren zu finanzieren. Darüber hinaus bauten Kolleg:innen beider Standorte beim Henkel Community Impact Day eine Fuchsbehausung.



## PRODUKTION

Unser Fokus liegt auf der Vermeidung von Abfall und einem verstärkten Recycling an unseren Standorten sowie einer engen Zusammenarbeit mit unseren Partnern in der Wertschöpfungskette – Lieferanten, Kunden sowie Recycling- und Entsorgungsbetrieben. Unsere Initiativen konzentrieren sich auf drei Schlüsselbereiche: Reduktion des Materialverbrauchs und der Abfallentstehung (sowohl feste Abfälle als auch Abwasser), Wiederverwendung und Recycling von Materialien. Beispielsweise trägt die Beschaffung von Komponenten in größeren Chargen dazu bei, Verpackungsabfälle zu reduzieren. Für verbleibende Restabfälle unterstützen wir Anlagen, die Abfall in Energie umwandeln, wodurch die Notwendigkeit der Deponierung reduziert und eine alternative Energiequelle geschaffen wird.

Im Rahmen der Schulungen zu **SHE-Standards** [↗](#) an unseren Standorten werden unsere Mitarbeiter:innen sowie die Beschäftigten unserer Subunternehmer in den Bereichen Entsorgung, sicherer Umgang mit Gefahrstoffen, Reduktion von Feststoffabfällen sowie Trenn- und Sortierverfahren geschult.



## LOGISTIK UND EINZELHANDEL

Wir tragen mit Klebetechnik für die Palletierung dazu bei, den Bedarf an Stretchfolie in der Logistik deutlich zu verringern. Unsere Innovationen erstrecken sich auch auf die verbraucherseitige Logistik, wie zum Beispiel unseren papierbasierten Multipack-Halter für Getränke-Dosen, der herkömmliche Kunststofflösungen ersetzt. Wir haben außerdem einen vollständig recycelbaren Papierversandbeutel für E-Commerce-Anwendungen entwickelt, der Nachhaltigkeit und Funktionalität vereint.



## VERBRAUCH

Wir unterstützen Verbraucher:innen dabei, verantwortungsbewusster zu handeln, etwa was Wassereinsparung, Recycling, Reparaturen oder Upcycling angeht. In unserem Unternehmensbereich Consumer Brands haben wir die Initiative „It starts with us“ gestartet, um ressourcenschonendes Verhalten beim Einsatz unserer Produkte zu fördern. Damit wollen wir den Verbraucher:innen alle Informationen zur Verfügung stellen, die sie für die sichere Verwendung und ordnungsgemäße Entsorgung der Produkte benötigen.

### „IT STARTS WITH US“ NUN AUCH FÜR KREISLAUFWIRTSCHAFT

Im Jahr 2023 haben wir „It starts with us“ eingeführt: eine Kampagne, mit der wir Verbraucher:innen zu nachhaltigeren Gewohnheiten motivieren wollen. Darauf aufbauend sind wir im Jahr 2025 mit dem „It starts with us Circularity Program“ den nächsten Schritt gegangen. Diese Initiative soll einen verantwortungsvollen Umgang mit Abfall fördern und Gemeinschaften stärken. Die Reise beginnt in Algerien, wo die lokale NGO Nrecycli Studierenden und Familien mit praktischen Informationen über Abfallsortierung und -recycling unterstützt. Als Nächstes werden der WWF in der Türkei, die YLE Foundation in Ägypten und Promesa in Mexiko Bildungsprogramme und Initiativen für nachhaltiges Verhalten in Haushalten sowie bei Schülern und jungen Erwachsenen starten. Gemeinsam mit unseren lokalen und internationalen Partnern stellen wir sicher, dass jedes Programm auf die lokalen Gegebenheiten zugeschnitten ist, damit die Bildungsmaßnahmen den vorhandenen Abfallsystemen und den Bedürfnissen der jeweiligen Gemeinschaften Rechnung tragen.

It starts  
with **us.**



### NACHHALTIGE MODE: PERWOLL UNTERSTÜTZT NGO REMAKE

Remake ist eine globale NGO, die sich für eine faire Bezahlung und Klimagerechtigkeit in der Bekleidungsbranche einsetzt. Sie vereint Führungskräfte, Changemaker und Nachhaltigkeitsexpert:innen aus dem Bereich Bekleidung. Unsere Marke Perwoll unterstützt die Mission von Remake, nachhaltige und lang anhaltende Mode zu fördern. Im Jahr 2025 spendete Perwoll 100.000 Euro, um deren Aufklärungsarbeit über die sozialen und ökologischen Auswirkungen von Mode zu stärken. Über die Finanzierung hinaus trägt Perwoll mit Markenexpertise und Kommunikationsplattformen dazu bei, die Initiativen von Remake zu verstärken.

Im Rahmen der Partnerschaft riefen Perwoll und die nachhaltige Stylistin Victoria Lee im August 2025 „The Reclaimed Collection“ ins Leben. Diese Show präsentierte Looks mit Kleidung aus nicht abgeholten Gepäckstücken, die mit der Triple Renew Technology von Perwoll aufgearbeitet wurde. Ausgewählte Artikel wurden später auf Sellpy verkauft, wobei der gesamte Erlös Remake zugutekam, um eine fairere Modeindustrie zu unterstützen.



## WIEDERVERWENDUNG UND REPARATUR

Wir wollen dazu beitragen, den Einsatz neuer Materialien zu vermeiden und die Produktlebensdauer zu verlängern. Bei Henkel ermöglichen wir Reparaturen mit unseren Produkten – vom Loctite-Sekundenkleber für den Heimgebrauch bis hin zu Lösungen für die Automobilindustrie zum Ersetzen von Autoteilen. Henkel entwickelt Technologien, die die Wiederverwendung und Reparatur von Produkten durch lösbare und wiederverklebbare Klebstoffe ermöglichen, sowie Lösungen, welche die Haltbarkeit der Produkte erhöhen. Um die Wiederverwendung von Verpackungen zu ermöglichen, hat Henkel ausgewählte Projekte wie die Authentic Beauty Concept Refill Bar in professionellen Friseursalons oder die Nachfüllflaschen für unsere Dial-Flüssigseife in Nordamerika vorangetrieben.



### DURCHBRUCH BEIM RECYCLING VON ELEKTROAUTO-AKKUS

Reichweite, Sicherheit, Kosten und Recyclingfähigkeit gehören zu den steigenden Anforderungen an die Batterieentwicklung für Elektroautos. Die Weiterentwicklung dieser Technologien wird daher zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor und wird die Zukunft der E-Mobilität beeinflussen. Henkel's Technologielösungen für Klebstoffe, funktionale Beschichtungen, Wärmemanagement und Versiegelung sind wichtige Schlüssel für die Entwicklung sicherer, effizienter und nachhaltiger Akkus für Elektrofahrzeuge. Insbesondere das „Debonding“ ermöglicht eine saubere Trennung, Konservierung und Wiederverwendung einzelner Komponenten. Die bahnbrechenden Debonding-Technologien von Henkel vereinfachen den Ausbau und die Reparatur von Akkus, um End-of-Life- und In-Service-Reparaturen, Second-Life-Anwendungen und Recycling von Altgeräten zu unterstützen.



## SAMMLUNG

Wir setzen uns für eine effektive Ökomodulation innerhalb der erweiterten Herstellerverantwortung (Extended Producer Responsibility, EPR) ein. Damit wollen wir die regulatorischen Rahmenbedingungen stärken, um das Gewicht von Verpackungsmaterialien zu reduzieren und die Recyclingfähigkeit von Verpackungen am Ende ihrer Lebensdauer zu verbessern. Wir treiben Sammlungs- und Recyclingsysteme voran, die mittels einer robusten, unterstützenden Infrastruktur rückverfolgbare und messbare Mengen liefern. Dadurch können Verpackungsabfälle am Ende ihres Lebenszyklus recycelt und als Post-Consumer-Recyclingmaterial eingesetzt werden, das Neukunststoffe auf fossiler Basis ersetzen kann. Die Aktivitäten zur Produktverantwortung am Lebensende werden eng überwacht, um Compliance und Transparenz während des gesamten Sammel-, Sortier- und Recyclingprozesses zu gewährleisten.



## RECYCLING

In der End-of-Life-Phase leisten wir einen Beitrag zum Schließen des Kreislaufs, indem wir den Anteil von Rezyklaten bei unseren Verpackungen kontinuierlich erhöhen.

### RECYCLTER KUNSTSTOFF IN CERESIT-VERPACKUNGEN

Im Jahr 2025 beschleunigte der Bereich Adhesive Construction Business seine Umstellung auf nachhaltige Verpackungen, indem recycelter Kunststoff aus Verbraucherabfällen in maßgeblichen Produktlinien und Regionen integriert wurde. In Mexiko enthalten ausgewählte Verpackungen aus dem Fester-A-Sortiment nun über 65 Prozent Post-Consumer-Rezyklat (PCR). In Osteuropa weisen die Produkte CE40 und CE43 nun mehr als 50 Prozent PCR in den Verpackungen auf. Dank dieser Initiativen erreichte der Bereich Bauklebstoffe 2025 sein Ziel, einen Recyclinganteil von 12 Prozent bei den Kunststoffverpackungen seiner Konsumgüter zu haben. Mit zahlreichen laufenden Projekten soll dieser Anteil bis 2028 auf 45 Prozent gesteigert werden.



### STEIGENDER ANTEIL BEI REZYKLAT-WASCHMITTELFLASCHEN

Henkel hat im vergangenen Jahr in mehreren Regionen den Anteil von recyceltem Material bei den Flaschenkörpern für Flüssigwaschmittel erhöht. Europaweit bestehen die Körper unserer Flüssigwaschmittelflaschen (bis zu 3 Liter) für Marken wie Persil, Spee, X-TRA und Le Chat zu 65 Prozent aus recyceltem Post-Consumer-Rezyklat (PCR). In Australien und Neuseeland haben wir den Anteil von 50 auf 75 Prozent PCR bei Flaschenformaten von 4 Liter und darunter erhöht. Und seit 2025 bestehen die Flaschenkörper für alle unsere Flüssigwaschmittelmarken in Nordamerika zu mindestens 50 Prozent aus recyceltem Kunststoff.



## Innovation durch Zusammenarbeit und Partnerschaften

Innovation ist der Schlüssel zur Transformation hin zur Kreislaufwirtschaft. Innovation findet häufig in enger Zusammenarbeit und in Partnerschaften innerhalb der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette unseres Unternehmens statt. Das unterstreicht unsere Überzeugung, dass Kreislauffähigkeit nicht von einem Unternehmen allein, sondern nur gemeinsam erreicht werden kann.

Henkel arbeitet mit lokalen Gemeinschaften, Nichtregierungsorganisationen und Branchengruppen zusammen, um Nachhaltigkeit zu fördern. Darüber hinaus beteiligt sich das Unternehmen an Initiativen und Netzwerken, um gemeinsam die Kreislaufwirtschaft zu fördern und relevante Best Practices weiterzuentwickeln. Henkel unterstützt das Global Plastic Commitment der Ellen MacArthur Foundation und engagiert sich in den Arbeitsgruppen des World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) zum Thema Kreislaufwirtschaft, beispielsweise wirken wir bei der Entwicklung des Global Circularity Protocol mit. Außerdem haben wir uns zur Einhaltung der Golden Design Rules für Verpackungen des Consumer Goods Forums verpflichtet. Darüber hinaus beteiligen wir uns an branchenübergreifenden Initiativen wie dem Recycle Forum, dem U.S. Plastics Pact und CEFLEX. Unsere Verpackungsentwickler:innen arbeiten eng mit Partnern an jeder Stufe der Wertschöpfungskette zusammen, wie Rohstofflieferanten, Herstellern von Verpackungsmaterialien sowie Abfallentsorgungs- und Recyclingunternehmen.

Um der Plastikverschmutzung ein Ende zu setzen, fordert Henkel gemeinsam mit der Business Coalition for a Global Plastics Treaty und den ihr angeschlossenen Unternehmen, Finanzinstituten und Nichtregierungsorganisationen ein starkes und einheitliches UN-Abkommen. Ziel ist es, globale Regeln für Produktdesign, erweiterte Herstellerverantwortung und den Ausstieg aus problematischen Kunststoffen festzulegen.



ELLEN  
MACARTHUR  
FOUNDATION



World Business  
Council  
for Sustainable  
Development



The Consumer Goods  
FORUM



CEFLEX  
A CIRCULAR ECONOMY FOR FLEXIBLE PACKAGING



## Ausblick

Henkel bekennt sich weiterhin dazu, den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft voranzutreiben. Dies ist Teil unserer Nachhaltigkeitsstrategie und des 2030+ Sustainability Ambition Frameworks. Wir betrachten die Kreislaufwirtschaft als einen zentralen Baustein unserer Net-Zero-Roadmap, als potenziellen Wachstumsmotor und wichtigen Faktor für die Resilienz des Unternehmens. Unsere Vision ist es, eine Zukunft zu schaffen, in der Wachstum vom Ressourcenverbrauch entkoppelt ist und für den Planeten und die kommenden Generationen ein nachhaltiger Mehrwert geschaffen werden kann. Unser Ansatz konzentriert sich darauf, Abfall zu minimieren, die Ressourceneffizienz zu maximieren und Materialien so lange wie möglich im Einsatz zu halten.

Für den nächsten Zielzeitraum bedeutet dies, dass Henkel alles daran setzen wird, im Bereich der Kreislaufwirtschaft für Verpackungen weitere Fortschritte zu erzielen, mit Zielen in den Bereichen „Design for Recycling“ und recycelter Kunststoff. Unsere Commitments untermauern unseren Fokus auf die Minimierung des Materialeinsatzes bei unseren Verpackungen und die Wiederverwendung sowie die Erhöhung des Anteils erneuerbarer Inhaltsstoffe und Verpackungsmaterialien.

### Neue Ziele und Commitments 2030

#### Ziele:



≥ 35 %

Anteil von recyceltem Kunststoff bei den Verpackungen unserer Konsumgüterprodukte (2030)<sup>1</sup>



100 %

der Verpackungen für Recycling konzipieren (2030)<sup>2</sup>



55 %

der Abfälle im eigenen Betrieb werden reduziert, wiederverwendet oder recycelt; und keine Produktionsabfälle auf Deponien (2030; vs. 2021)

#### Commitments:



Den Schwerpunkt auf nachhaltige Verpackungsdesigns legen, die den Einsatz von Verpackungsmaterial minimieren und die Wiederverwendung unterstützen



Den erneuerbaren Anteil bei Inhaltsstoffen und Verpackungsmaterialien erhöhen

<sup>1</sup> Mit Ausnahme von Gefahrgut.

<sup>2</sup> Mit Ausnahme von Gefahrgut und Produkten, deren Inhaltsstoffe oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

In unseren eigenen Betrieben werden wir unseren Abfall-Fußabdruck weiter reduzieren. Unser aktualisiertes Ziel erweitert den Umfang von Produktionsstätten auf Büros und Labore. Neben der Abfallreduktion unterstützen wir das Recycling und die Wiederverwendung von Materialien. Darüber hinaus werden unsere Betriebsabläufe im Hinblick auf Wassereffizienz und erneuerbare Energien weiter optimiert.

Unsere Strategie unterstreicht das Engagement von Henkel, das Konzept der Kreislaufwirtschaft über Verpackungen und Betriebsabläufe hinaus auf Produkte auszuweiten. Henkel entwickelt innovative Lösungen, die die Kreislaufwirtschaft in den Geschäftsmodellen unserer Kunden ermöglichen, beispielsweise Technologien, die Reparatur, Überholung, Aufarbeitung und Recycling unterstützen. Durch die Erweiterung unseres Tätigkeitsbereichs schaffen wir neue Möglichkeiten, Materialkreisläufe zu schließen und den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft zu beschleunigen.

Henkel wird die branchenübergreifende Zusammenarbeit mit Lieferanten, Kunden und relevanten Organisationen fortsetzen. Wir fördern die angemessene Ausstattung und kontinuierliche Verbesserung der Sammel- und Recyclinginfrastruktur. Im Rahmen der erweiterten Herstellerverantwortung ist es unser Ziel,

eine unregulierte Verpackungsabfallentsorgung zu verhindern und Praktiken der Ökomodulation zu fördern, die die Entwicklung vollständig recycelbarer Verpackungen vorantreiben und die Verfügbarkeit von recyceltem Material für die Wiederverwendung in neuen Verpackungen erhöhen.

Wir befähigen unsere Mitarbeiter:innen, die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft zu verinnerlichen, indem wir ein Netzwerk von Expert:innen aufbauen, das die Zusammenarbeit fördert und kreislaufwirtschaftliches Denken zu einem gemeinsamen Mindset macht. Darüber hinaus werden wir unsere Datensätze und Analysewerkzeuge verbessern, da die Messung des Fortschritts ein starker Motor für Veränderungen ist. Die wichtigsten Anwendungsbereiche werden Daten zum CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, nachwachsende Rohstoffe und die Verwendung des vom WBCSD entwickelten Global Circularity Protocol sein.

## KPIs und Daten

Alle weiteren quantitativen Informationen sind im Kapitel „Kennzahlen“ zu finden.

**Kennzahlen**

# GLOBAL CIRCULARITY PROTOCOL: KREISLAUFWIRTSCHAFT MESSBAR UND TRANSPARENT MACHEN

Kreislaufwirtschaft zu messen ist der Schlüssel zu einer nachhaltigen Veränderung. Das Global Circularity Protocol (GCP) bietet Unternehmen einen globalen Rahmen, der es ihnen ermöglicht, strategische, datengesteuerte Entscheidungen zu treffen, die ihre Kreislaufwende beschleunigen. Das GCP wurde vom World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) in Zusammenarbeit mit dem One Planet Network (von UNEP gehostet) entwickelt. Am Entwicklungsprozess waren über 80 Organisationen und 150 Expert:innen beteiligt. Henkel ist stolz darauf, dieses Projekt von Anfang an begleitet zu haben.

Wir setzen den Ansatz des Protokolls um, indem wir ihn in unser Unternehmen integrieren und mit Hilfe einer maßgeschneiderten IT-Lösung in unsere täglichen Prozesse einbinden. Dadurch werden komplexe Daten in klare Erkenntnisse und messbare Auswirkungen übersetzt. Das GCP entwickelt sich zum Rückgrat unserer Methoden zur Nach-

**„Es ist inspirierend zu beobachten, wie Henkel – ein wichtiger Partner vom ersten Tag an – die Methodik des Global Circularity Protocol in ein funktionsübergreifendes, entscheidungsreifes Tool für die Bereiche Lieferkette, Beschaffung und Vertrieb umsetzt.“**

**Filipe Camaño Garcia**  
Lead, Global Circularity Protocol  
for Business  
WBCSD

verfolgung und Steuerung der Kreislaufwirtschaft. Es unterstützt Unternehmen bei der Erfüllung von Berichtsstandards wie ISO, ESRS und GRI. Darüber hinaus werden Chancen der Kreislaufwirtschaftsleistung sichtbar gemacht, lineare Risiken minimiert und langfristige Resilienz aufgebaut.

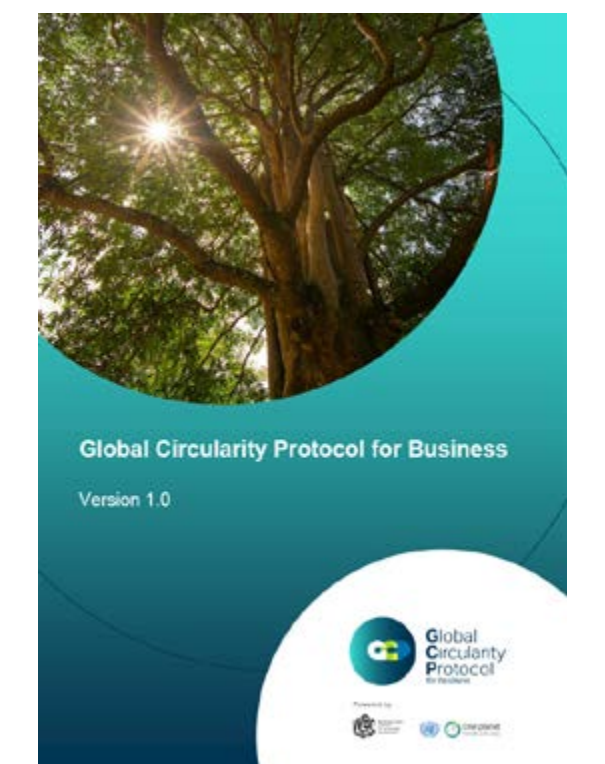
Unsere Reise beginnt mit dem Modul „Close the Loop“, das wesentliche Aspekte der Kreislaufwirtschaft in den Bereichen Verpackung, Rohstoffe und Betrieb sowie die Wiederverwendung von Wasser, die Verwendung erneuerbarer Energien und die Etablierung kreislauforientierter Abfallströme misst. Diese Themen gehören zu den wichtigsten Bausteinen unserer Kreislaufwirtschaftsstrategie. Wir haben die erforderlichen Daten gesammelt und strukturiert, wodurch eine automatisierte Berechnung von Kennzahlen und KPIs ermöglicht wird, die Fortschritte sichtbar machen.

Kennzahlen und KPIs zur Kreislaufwirtschaft verändern sich ständig. Dies wird Möglichkeiten eröffnen, die Auswirkungen in Bezug auf Klima, Natur, soziale Aspekte und Unternehmensleistung besser zu beurteilen. Henkel wird Entwicklungen beobachten und Teams ermutigen, Verbesserungsmöglichkeiten zu finden. Diese Erkenntnisse werden die zukünftige Kreislaufwirtschaftsstrategie sowie die Entwicklung von Policies bei Henkel vorantreiben, neue Hebel für Veränderungen aufzeigen und sicherstellen, dass wir im Einklang mit unseren Nachhaltigkeitszielen handeln.

Wir sind überzeugt, dass das Global Circularity Protocol dazu beitragen wird, die Kreislaufwirtschaft in den Mittelpunkt unserer Strategie und Geschäftstätigkeit zu stellen – und den Übergang von linearen zu Kreislaufmodellen beschleunigen wird.



Powered by



**Das Global Circularity Protocol verdeutlicht, wie branchenübergreifende Partnerschaften Innovationen in der Kreislaufwirtschaft vorantreiben und messbare Fortschritte erzielen können.**

# NATÜRLICHE RESSOURCEN



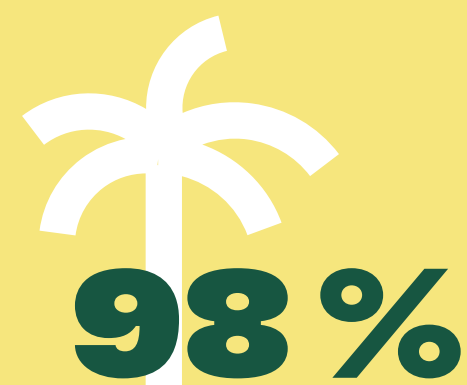
## Highlights 2025



Wasserentnahme in  
m<sup>3</sup> pro Tonne Produkt  
(vs. 2010)



Jahre Partnerschaft  
mit Solidaridad



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

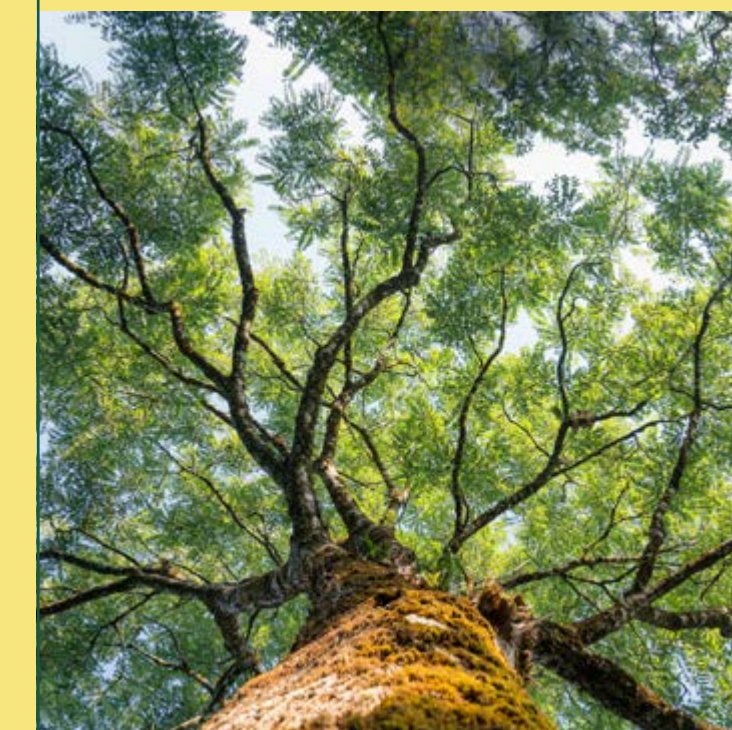
Die Ökosysteme unseres Planeten geraten durch das Bevölkerungswachstum und die beschleunigte Weltwirtschaft zunehmend unter Druck. Wir haben uns zum Schutz und zur Regeneration der Natur verpflichtet – mit einem besonderen Schwerpunkt auf Wasser, Wälder und Land.

## Fokus-Themen

### Verantwortungsvoller Umgang mit Wasser als lebenswichtiger Ressource



### Zusammenarbeit für Biodiversität und Naturschutz



### Verantwortungsvolle Nutzung von Inhaltsstoffen aus biobasierten Rohstoffen



## Unser strategischer Ansatz: Natur und Ökosysteme erhalten

Der wachsende Konsum und die zunehmende Ressourcenknappheit infolge des Bevölkerungswachstums und wirtschaftlicher Aktivitäten setzen natürliche Ökosysteme immer stärker unter Druck. Henkel hat sich verpflichtet, die Natur zu schützen und die biologische Vielfalt zu bewahren.

Wasserökosysteme sind ein wichtiger Baustein der natürlichen Ökosysteme. Die Wasserressourcen sind jedoch ungleichmäßig verteilt und zunehmend

durch Klimawandel, Umweltverschmutzung und Übernutzung bedroht. Wasser spielt in unserem Unternehmen und entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette eine zentrale Rolle. Wir verwenden Wasser innerhalb unserer Produktionsprozesse und als Inhaltsstoff in unseren Produkten. Viele unserer Produkte benötigen zudem Wasser während der Nutzungsphase. Henkel ist sich daher seiner Verantwortung für einen nachhaltigen Umgang mit Wasser bewusst.

Zudem weist ein Bericht der Intergovernmental Science Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services (IPBES) darauf hin, dass fast eine Million Arten durch menschliche Aktivitäten vom Aussterben bedroht sind. Vor diesem Hintergrund ist der Erhalt der biologischen Vielfalt für Henkel von zentraler Bedeutung, da intakte Ökosysteme und gesunde Böden die Grundlage für eine nachhaltige Landwirtschaft und die verantwortungsvolle Nutzung bio-basierter Rohstoffe bilden.

Der Schutz der globalen Biodiversität sowie des weltweiten Wasserkreislaufs wurde 2024 erneut als zentrale Säule in der Nature Policy von Henkel bestätigt. Damit ist sie ein integraler Bestandteil unserer übergreifenden Nachhaltigkeitsagenda, die mit unserer „Purposeful Growth“-Agenda und dem 2030+ Sustainability Ambition Framework im Einklang steht.

### Nature Policy

Die Henkel Nature Policy ist ein integraler Bestandteil unserer umfassenden Nachhaltigkeitsagenda. Sie gibt vor, wie wir unsere Produkte beschaffen, herstellen, verbrauchen und deren Lebensende gestalten, um in jeder Phase unserer Wertschöpfungskette ökologische Nachhaltigkeit sicherzustellen.

[Nature Policy lesen](#) ↗

## Unsere Ziele und Ambitionen 2025

### Ziele:



**-35 % Wasserentnahme in m<sup>3</sup> pro Tonne Produkt (2025)**

Zielerreichung 2025:



Basisjahr: 2010

Zieljahr: 2025



**100 % Papier- und Kartonmaterial recycelt oder aus Quellen nachhaltiger Forstwirtschaft (2025)**

Zielerreichung 2025: (Daten 2024)



Zieljahr: 2025



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

Zielerreichung 2025:



Zieljahr: 2025

### Ambitionen:



**Kreislaufbewirtschaftung von Wasser an relevanten Produktionsstandorten (2030)**



**Die verantwortungsvolle Anwendung unserer Produkte fördern, um den Wasserverbrauch zu reduzieren**

## Verantwortungsvoller Umgang mit Wasser als lebenswichtiger Ressource

Seit 2021 sind wir Mitglied des CEO Water Mandate, einer Initiative des UN Global Compact. Dies unterstreicht unser Engagement für einen ganzheitlichen Ansatz beim verantwortungsvollen Umgang mit Wasser. Unser Ansatz umfasst die Verpflichtung, ganzheitliche Bewertungen unseres Wasserverbrauchs durchzuführen und die Transparenz hinsichtlich unseres Wasserfußabdrucks entlang der gesamten Wertschöpfungskette kontinuierlich zu erhöhen, um den Weg für unsere zukünftige „Water Stewardship“-Agenda zu ebnen.

Wir bauen unsere internen Governance-Strukturen weiter aus, um Maßnahmen zum verantwortungsvollen Umgang mit Wasser zu unterstützen, wie beispielsweise unsere Supply Chain Steering Group und unser Sustainability Council, die die Rechenschaftspflicht stärken. Im Rahmen unseres globalen Nachhaltigkeitsmanagements bewerten wir Risiken, Chancen und Auswirkungen innerhalb unseres Unternehmens und entlang unserer Wertschöpfungskette. Um Produktionsstandorte in

Regionen mit erhöhtem Wasserrisiko oder Wasserstress zu identifizieren, führen wir regelmäßig Risikobewertungen mit dem Wasserrisikofilter des WWF durch, wobei wir die aktuellen Bedingungen und Prognosen für 2030 und 2050 berücksichtigen. Zusammen mit unserer Wirkungsanalyse dient dies als Grundlage für die Weiterentwicklung unserer „Water Stewardship“-Strategie, die Maßnahmen zur Eindämmung und Anpassung umfasst.

Wassereffizienz bedeutet, weniger zu verbrauchen – aber auch mehr wiederzuverwenden. Im Einklang mit unserem Ansatz, eine Kreislaufwirtschaft zu verfolgen, wollen wir Abwasser als Ressource und nicht als entsorgungsbedürftig betrachten. Dementsprechend ist es unser Ziel, in unseren eigenen Betrieben Wasser effizienter zu nutzen und die zirkuläre Wassernutzung wo immer möglich zu erhöhen – insbesondere in Gebieten mit Wasserstress. Wir konzentrieren uns darauf, unseren gesamten Süßwasserbedarf und Wasserverlust durch Prozessoptimierungen sowie Wiederverwendungs- und Recyclingmaßnahmen zu reduzieren. Innovative Produktentwicklungen, wie zum Beispiel kompakte Formulierungen, helfen ebenfalls dabei, den Süßwasserbedarf für die Herstellung unserer Produkte zu optimieren. Um die Entnahme von Süßwasser aus



Wassereinzugsgebieten weiter zu reduzieren, nutzen unsere Standorte Wasser aus alternativen Quellen wie Regenwasser. Abwasser aus betrieblichen Prozessen wird aufbereitet, um die Wasserqualität des abgeleiteten Wassers zu verbessern. Dies verhindert Wasserverschmutzung und ermöglicht die effiziente Wiederverwendung oder das Recycling von Abwasser. Um eine Verschmutzung des Grundwassers zu verhindern, nutzen wir zusätzliche Kontrollmaßnahmen, wie zum Beispiel standardmäßige Umweltbelastungskontrollen und sekundäre Auffangvorrichtungen.

Wir überprüfen den Wasserfußabdruck unserer Standorte kontinuierlich durch Wasseraudits und die Verifizierung relevanter Daten. Neben der Wasserentnahme erfassen die Standorte auch Abwassermengen, deren Ableitungswege sowie ausgewählte Schadstoffe und Qualitätsindikatoren.

Im Hinblick auf unser Ziel, die Wassereffizienz an unseren Produktionsstandorten zu steigern, haben wir die Wasserentnahme pro Tonne Produkt um 22 Prozent im Vergleich zum Ausgangswert von 2010 reduziert. Trotz dieses ermutigenden Fortschritts, der durch unsere weltweiten Bemühungen um Wassereffizienz ermöglicht wurde, konnten wir die angestrebte Reduktion von 35 Prozent bis 2025 nicht erreichen. Dies war vor allem auf Veränderungen im Portfolio zurückzuführen.

Um die verantwortungsvolle Nutzung unserer Produkte in der nachgelagerten Wertschöpfungskette zu fördern, streben wir nach Innovationen im Produktdesign, die eine verbesserte Wassereffizienz während der Nutzung ermöglichen. Um Wassereinsparungen zu erzielen, ist das Kunden- und Verbraucherverhalten entscheidend. Wir konzentrieren uns auf Engagement-Programme, um die nachhaltige Anwendung und Nutzung von Produkten zu fördern.

Um Wasserverschmutzung durch die Verwendung unserer Produkte zu verhindern, arbeitet Henkel an Innovationen beim Produktdesign, die Substanzen mit negativen Auswirkungen auf Menschen oder die Natur ersetzen – ohne die Qualität und Effizienz der Lösung zu beeinträchtigen.



### VERBESSERUNG DER WASSEREFFIZIENZ IM BEREICH ADHESIVE TECHNOLOGIES

Unsere globalen Wassereffizienzbemühungen tragen zur Vermeidung von Wasserverlust und zur Verringerung der insgesamt in unserem Betrieb verwendeten Wassermenge bei. Im Jahr 2025 hat unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies mehrere Projekte umgesetzt, um den Gesamtwasserbedarf in Produktionsprozessen zu senken. Dazu gehören geschlossene Kühlsysteme sowie die Optimierung der Wasseraufbereitung, die automatisierte Mischerreinigung und die Kühlturmoptimierung. Diese Projekte werden voraussichtlich jährlich rund 100.000 m<sup>3</sup> Wasser einsparen.

### WASSEREFFIZIENTE REINIGUNGSPROZESSE

Die Wasseraufbereitung spielt eine zentrale Rolle bei einer effizienten Wassernutzung. 2025 haben wir die Wasseraufbereitungsanlage am Consumer Brands-Standort in Toluca, Mexiko, modernisiert. Neben der Sicherstellung einer angemessenen guten Qualität des Wassers, das wir in unseren Produktionsprozessen verwenden, sind wir bestrebt, den Wasserverbrauch für Reinigungsprozesse durch die Installation von Anlagen mit „Cleaning in Place“-Verfahren zu minimieren.

### WASSER SPAREN MIT KOMPAKTEN WASCHMITTELN

Wir arbeiten kontinuierlich an Produktinnovationen zur Optimierung des ökologischen Fußabdrucks. 2025 führte der Unternehmensbereich Consumer Brands in Nordamerika kompakte Formulierungen für die Flüssigwaschmittel der Marken all, Persil und Snuggle ein, die weniger Wasser als Produktbestandteil benötigen.



### REGENWASSERNUTZUNG

Bei der Regenwassernutzung wird Regenwasser von Dächern oder versiegelten Flächen gesammelt, aufbereitet und in Tanks für die spätere Verwendung gespeichert. Diese Praxis ermöglicht eine nachhaltige Wasserversorgung für Zwecke wie Bewässerung, Toilettenspülung, Reinigung und Landschaftsgestaltung. 2025 hat Adhesive Technologies an zwölf Standorten Regenwassernutzungssysteme implementiert. Diese Projekte ermöglichen eine Regenwassergewinnung in einer Größenordnung von rund 20.000 m<sup>3</sup>.



### VOLLELEKTRISCHE ABWASSERAUFBEREITUNGSANLAGE IN ALGERIEN

Die Installation von Abwasseraufbereitungsanlagen an unseren Standorten ist ein zentraler Bestandteil unseres globalen nachhaltigen Wassermanagementansatzes. Sie reduziert negative Auswirkungen auf die Umwelt in den Regionen rund um unsere Standorte. In Reghaïa, Algerien, installieren wir vor Ort eine vollelektrische Abwasseraufbereitungsanlage, um die Belastung der kommunalen Abwasseraufbereitungsanlage zu reduzieren.



### VERBRAUCHER:INNEN ZU NACHHALTIGEM HANDELN ERMUTIGEN

„It starts with us“ ist eine Initiative im Bereich Consumer Brands, die darauf abzielt, Verbraucher:innen zu einem verantwortungsvollen Verhalten zu motivieren. Sie setzt daran an, die Nutzungsphase von Henkel-Produkten – etwa im Bereich Haar- und Körperpflege – positiv zu beeinflussen, indem wir unseren Verbraucher:innen helfen, kleine Veränderungen im Alltag umzusetzen. Die Initiative verfolgt das Ziel, den Ressourcenverbrauch und die damit verbundenen Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Wassereinsparungen bilden dabei eine zentrale Säule. 2025 wurde die Kampagne um weitere Produktkategorien erweitert. Ein Beispiel dafür ist unser Schwarzkopf Gliss Express Leave-in-Conditioner, mit dem Verbraucher:innen ihren Wasserverbrauch senken können.

## Zusammenarbeit für Biodiversität und Naturschutz

Henkel setzt sich dafür ein, natürliche Ökosysteme zu schützen und wiederherzustellen. Um unser Engagement wirksam auszurichten, verfolgen wir aufmerksam globale Initiativen zum Schutz der Biodiversität und zur Verhinderung von Entwaldung, darunter das Kunming-Montreal Global Biodiversity Framework und die EU-Biodiversitätsstrategie. Auf dieser Basis entwickeln wir unseren Ansatz kontinuierlich weiter und bringen uns aktiv in den Dialog sowie die Zusammenarbeit mit externen Partnern und Branchenorganisationen ein.

So haben wir uns unter anderem der Initiative Business for Nature angeschlossen, die bereits 2020 Regierungen weltweit dazu aufrief, den Schutz der Natur zu einem zentralen Pfeiler der Politikgestaltung zu machen. Dieser Ansatz wurde 2023 in das Corporate Engagement Program des Science Based Targets Network (SBTN) überführt. Zudem arbeiten wir mit der zivilgesellschaftlichen Organisation Solidaridad zusammen, um Kleinbauern und -bäuerinnen im Palm- und Palmkernölsektor zu unterstützen und nachhaltigere landwirtschaftliche Praktiken zu fördern.

### FÖRDERUNG EINER NACHHALTIGEN LANDWIRTSCHAFT

Seit 2022 arbeitet unsere Marke Dial mit der Organisation Solidaridad zusammen, um die Existenzgrundlage von Kleinbauern und -bäuerinnen zu verbessern und nachhaltige Anbaumethoden zu fördern. Durch diese Zusammenarbeit haben wir eine segregierte Lieferkette für zertifiziertes Palm(kern)öl aus Kolumbien aufgebaut, das zur Herstellung unserer Dial-Seifenstücke verwendet wird.

Ziel des Farm2Bar-Projekts ist es, eine vollständig rückverfolgbare Lieferkette zu schaffen, an der Landwirt:innen und Verarbeitungsbetriebe in ganz Kolumbien beteiligt sind. Dadurch wird sichergestellt, dass die von uns verwendeten palmölbasierten Inhaltsstoffe auf verantwortungsvolle Weise beschafft werden – ohne Abholzung oder Umwandlung wertvoller natürlicher Ökosysteme. Insgesamt wurden im Rahmen des Projektes 18.682 Tonnen Palm(kern)öl erfasst und überwacht.

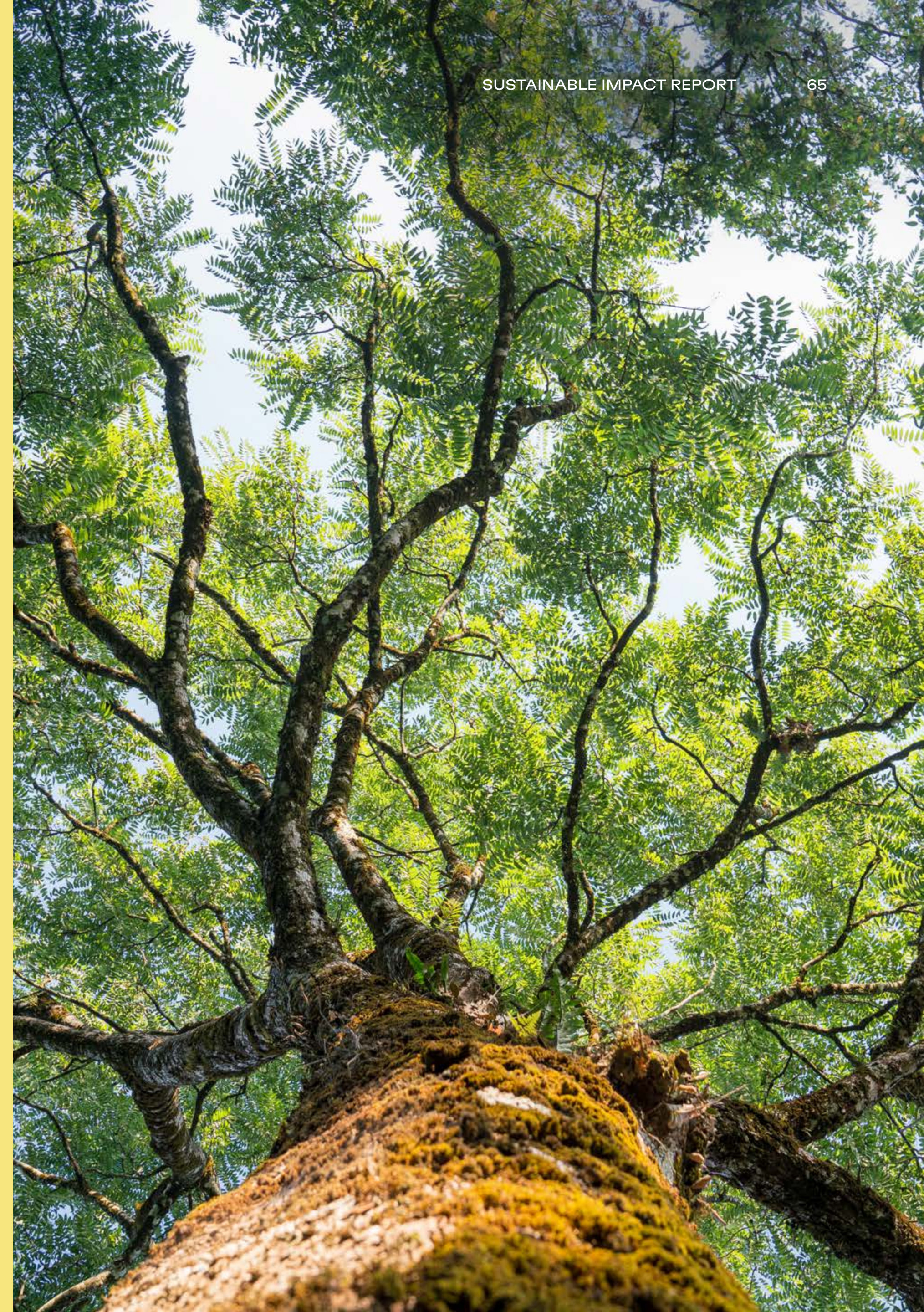


WORLD  
ECONOMIC  
FORUM



### BEITRAG ZUR BERICHTSREIHE „SECTOR TRANSITIONS TO NATURE POSITIVE“

Als Mitglied des Weltwirtschaftsforums (WEF) haben wir 2023 zur Berichtsreihe „Sector Transitions to Nature Positive“ beigetragen, die gemeinsam mit dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) und Business for Nature entwickelt wurde. In den zwölf Berichten werden die branchenspezifischen Auswirkungen und Maßnahmen zur Reduktion von Schäden und zur Nutzung von Chancen beschrieben. Gemeinsam mit dem WBCSD arbeiten wir auch an der Verbesserung unserer „Nature Metrics“, das heißt der Art und Weise, wie wir unseren Einfluss auf Natur und Umwelt bewerten.



## Verantwortungsvolle Nutzung von Inhaltsstoffen aus biobasierten Rohstoffen

Henkel setzt sich für einen verantwortungsvollen Umgang mit Rohstoffen ein und legt besonderen Wert auf den Schutz natürlicher Ressourcen und der Biodiversität. Wir nutzen nachwachsende Rohstoffe im Einklang mit ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Anforderungen. Viele unserer Produkte – etwa Waschmittel, Shampoos und Klebstoffe – sind auf biobasierte Inhaltsstoffe angewiesen. Deren nachhaltige Beschaffung ist entscheidend, um übermäßige Landnutzungsänderung, Entwaldung und die Zerstörung natürlicher Ökosysteme zu vermeiden. Rohstoffe, deren Gewinnung häufig mit Entwaldung

verbunden ist, wie Palm(kern)öl und Holzprodukte, stehen im Zentrum unserer Beschaffungsstrategie, da Wälder wichtige Kohlenstoffsenken und Biodiversitäts-Hotspots sind.

Palm(kern)öl und seine Derivate sind wichtige nachwachsende Rohstoffe für unsere Wasch-, Reinigungs- sowie Haar- und Körperpflegeprodukte. Obwohl wir weniger als 0,2 Prozent der weltweiten Palmölproduktion nutzen, wollen wir sicherstellen, dass all unsere Inhaltsstoffe aus nachhaltigen Quellen stammen. Daher arbeiten wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette mit Lieferanten und Partnern zusammen, um eine vollständige NDPE-Compliance (No Deforestation, No Peat, No Exploitation) zu erreichen.

Die Gesamtmenge von Palm(kern)öl und dessen Derivaten, die wir im Jahr 2025 bezogen haben, betrug 79.435 Tonnen. Der Anteil zertifizierter Materialien betrug 98 Prozent, basierend auf der Bewertung von 78.812 Tonnen (99 Prozent des Gesamtvolumens) zur Ermittlung der Zielerreichung. Unsere Zielerreichung liegt bei 98 Prozent.

Henkel strebt eine entwaldungs- und umwandlungsfreie Beschaffung von Rohstoffen mit großen Einkaufsvolumina an, die ein hohes Risiko für Entwaldung, Landnutzungsänderung oder Menschenrechtsverletzungen bergen. Dazu verfolgt Henkel das

Ziel der Null Netto-Entwaldung als zentraler Bestandteil des Engagements für den Schutz von Biodiversität und Ökosystemen. Das Ziel besteht darin, die Entwaldung von Primär- und Sekundärwäldern mit bedeutendem ökologischem Wert zu vermeiden. Henkel hat sich verpflichtet, das Ziel der Null-Netto-Entwaldung für wichtige Rohstoffe zu erreichen, und erwartet von seinen Lieferanten, dass sie dies im Rahmen der **Responsible Sourcing Policy** [↗](#) und der **Zero Net Deforestation Policy** [↗](#) von Henkel unterstützen.

Für das Jahr 2025 verzeichnen wir für unsere Palm(kern)öl-basierten Rohstoffe Rückverfolgbarkeitsraten von 95 Prozent bis zur Raffinerie, 93 Prozent bis zur Mühle und 79 Prozent bis zur Plantage, indem wir gemeinsam mit „Action for Sustainable Derivatives“ (ASD) und unseren Lieferanten daran arbeiten, unsere gemeinsame Lieferkette für Palmölprodukte abzubilden. Aufgrund der Komplexität der Lieferkette basieren die Daten für ein Berichtsjahr auf den Einkaufsdaten des Vorjahres.

Wir überwachen die Umsetzung durch ein umfassendes Audit- und Evaluationsprogramm, das all unsere Standorte, Lieferanten und Logistikzentren abdeckt. Unabhängig von dem jeweiligen Ergebnis fordern wir alle Lieferanten nach ihrer Evaluation auf, Korrekturmaßnahmepläne zu definieren und an Verbesserungen zu arbeiten.



### BEWERTUNG DER UMWELT-BEZOGENEN AUSWIRKUNGEN UND RISIKEN VON ROHSTOFFEN

Henkel hat ein Dashboard für die Rohstoffbewertung entwickelt, um die umweltbezogenen Auswirkungen und Risiken in unserer vorgelagerten Wertschöpfungskette besser einzuschätzen. Das Tool unterstützt unsere Einkaufs- und Risikomanagementteams, indem es mehr Transparenz über verschiedene Rohstoffe und deren potenzielle Auswirkungen auf die Umwelt bietet.

Der Schwerpunkt liegt auf „Level Zero Feedstocks“ – alle relevanten Nutzpflanzen und Mineralien am Anfang unserer Wertschöpfungskette. Durch die Kombination von Primärdaten, Sekundärquellen und statistischen Erkenntnissen hilft das Dashboard dabei, vorrangige Rohstoffe und Beschaffungsländer zu identifizieren. Dieser Ansatz unterstützt uns dabei, Umweltaspekte in Entscheidungsprozesse frühzeitig einzubeziehen.

### ASD: ZUNEHMENDE TRANSPARENZ IN DER PALMÖL-WERTSCHÖPFUNGSKETTE

ASD ist eine von der Branche geleitete Initiative zur Förderung einer verantwortungsvollen Beschaffung von Palm(kern)öl-Derivaten. Sie vereint Unternehmen aus verschiedenen Branchen, um gemeinsam die ökologischen und sozialen Herausforderungen in den Palmöl-Lieferketten anzugehen. Damit soll eine Beschaffung gefördert werden, die frei von Entwaldung ist, die Menschenrechte achtet und die Lebensgrundlagen vor Ort unterstützt. Henkel arbeitet mit ASD zusammen, um die Transparenz zu erhöhen, indem vorgelagerte Partner der Wertschöpfungskette und Beschaffungsbereiche im Zusammenhang mit Raffinerien, Mühlen und Plantagen erfasst werden. Dies ermöglicht ein frühzeitiges Erkennen von Risiken und Verstößen gegen Verpflichtungen zur Vermeidung von Entwaldung.



Wir arbeiten mit branchenübergreifenden Initiativen, Zertifizierungsstellen und NGOs zusammen – darunter ASD, Solidaridad und Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) –, um eine verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltige Praktiken im Palm(kern)ölsektor zu fördern. Im Vergleich zu 2024 haben wir unseren Shared-Responsibility-Score gemäß RSPO um 24 Prozent verbessert. 2023 behielt unsere globale Lieferkettenorganisation ihre erfolgreiche Zertifizierung gemäß dem RSPO-Lieferkettenstandard.

Die Norm enthält allgemeine Anforderungen an die Lieferkette, die von Organisationen anzuwenden sind, die mit RSPO-zertifizierten nachhaltigen Palmölprodukten arbeiten. Transparenz und Rückverfolgbarkeit sind somit sowohl für die eigenen Betriebe als auch für direkte und indirekte Lieferanten gewährleistet.


2024 betrug die Gesamtmenge des eingekauften holzbasierten Verpackungsmaterials 197,3 Tonnen, der Anteil des recycelten Materials betrug 68 Prozent und der Anteil des zertifizierten nicht-recycelten Materials 30 Prozent. Unsere Zielerreichung liegt somit bei 98 Prozent. Über alle Zertifizierungsprogramme hinweg stellt FSC mit mehr als 50 Prozent der Zertifizierung den größten Anteil an den Zertifizierungsprogrammen dar.



## Ausblick

Wir haben uns dazu verpflichtet, wirksame Ziele zu setzen, die dem aktuellen Stand der Forschung entsprechen und auf international anerkannten wissenschaftlichen Erkenntnissen basieren, wie beispielsweise dem Konzept der planetaren Grenzen. Dabei haben wir vier planetare Grenzen identifiziert, die direkt mit unserem Geschäftsbetrieb und der Strategiesäule „Natur“ verknüpft sind. Dazu gehören Veränderungen in Süßwassersystemen und bei der Landnutzung. Das Überschreiten dieser Grenzen hat uns dazu veranlasst, zwei neue Ziele festzulegen, die darauf abzielen, unsere Auswirkungen zu begrenzen und die durch unsere Geschäftstätigkeit verursachten Schäden auszugleichen:

### Neue Ziele 2030



**-25 %**

**Netto-Süßwasserentnahme im eigenen Betrieb (2030; vs. 2021)<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Durch Wassereinsparungs- und Recyclingaktivitäten an unseren Standorten und Renaturierungsmaßnahmen in vorrangigen Wassereinzugsgebieten.



**Null Netto-Entwaldung bei der Beschaffung von Rohstoffen auf Basis von Palm(kern)öl sowie Zellstoff und Papier für Verpackungsmaterialien (2030)**

Henkel hat aus mehreren Gründen sein bisheriges Ziel der Wassereffizienz sowie seine Ambition der zirkulären Wassernutzung weiterentwickelt. Das Ergebnis ist unser „Netto“-Ziel, das Maßnahmen zur Reduktion der Wasserentnahme wie auch die Renaturierung von Wassereinzugsgebieten umfasst. Aufgrund von Portfolioverschiebungen sind die Optionen zur Reduktion des Wasserverbrauchs auf ein bestimmtes Maß beschränkt. Darüber hinaus impliziert die globale Wasserkrise, dass die Wasserrisiken weltweit zunehmen, gleichzeitig aber sehr lokal geprägt sind. Daher müssen die lokalen Gegebenheiten wasserbezogener Herausforderungen durch ein auf Einzugsgebiete fokussiertes Stewardship in Zusammenarbeit mit lokalen Stakeholdern, Behörden und anderen Nutzer:innen adressiert werden. Dazu gehören gezielte Projekte zur Renaturierung und Wiederherstellung von Wasserressourcen, mit denen die Verfügbarkeit, Qualität und Zugänglichkeit von Wasser verbessert werden. Zur Entwicklung einer entsprechenden Roadmap arbeiten wir mit Partnern zusammen, um Wassereinzugsgebiete mit hohem Wasserstress in der Nähe unserer Standorte zu priorisieren und lokal umgesetzte Projekte zu finden.

Um uns auf unsere Agenda für die Zeit nach 2030 vorzubereiten, werden wir daran arbeiten, die Datentransparenz für unsere vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette zu erhöhen. Auf diese Weise wollen wir die Entwicklung gezielter Maßnahmen zur Verringerung wasserbezogener Auswirkungen und Risiken ermöglichen.

Wir werden unsere starken Partnerschaften im Bereich der nachhaltigen Beschaffung biobasierter Materialien fortsetzen. Besonderen Wert legen wir auf die Weiterentwicklung unserer Partnerschaft mit Solidaridad. Wir teilen deren Ziel, Kleinbauern und -bäuerinnen zu unterstützen und gleichzeitig Fortschritte auf dem Weg zu nachhaltigen Lieferketten zu erzielen sowie einen positiven Beitrag für Natur und Klima zu leisten. Der Schwerpunkt für die nächste Partnerschaftsphase liegt auf der Zusammenarbeit in Kolumbien, Indonesien und Malaysia. Wir werden auch weiterhin mit ASD und WBSCD zusammenarbeiten und uns dabei stärker auf die Identifikation potenzieller Wiederaufforstungsprojekte konzentrieren, um unser Ziel der Null-Netto-Entwaldung zu erreichen.

## KPIs und Daten

Alle weiteren quantitativen Informationen sind im Kapitel „Kennzahlen“ zu finden.

**Kennzahlen**



# FÖRDERUNG DER ZIRKULÄREN WASSERNUTZUNG AN UNSEREM STANDORT IN CHENNAI

Unser Standort des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies in Chennai, Indien, befindet sich in einer Region, die unter erheblichem Wasserstress steht. Da nur wenig Oberflächenwasser zur Verfügung steht, hängt die Stadt stark vom Grundwasser ab. Dies hat im Laufe der Zeit zu einer starken Erschöpfung der Wasservorkommen geführt. Tatsächlich waren während der Wasserkrise im Jahr 2019 viele Unternehmen in Chennai aufgrund von Wasserknappheit gezwungen, ihren Betrieb einzuschränken, was sich auf den Lebensunterhalt vieler Menschen und die lokale Wirtschaft auswirkte.

Um die Resilienz zu stärken und Wasser nachhaltiger zu nutzen, haben wir an unserem Standort Chennai mehrere Wassermanagementinitiativen umgesetzt:

1. Eine Regenwassergewinnungsanlage mit einer Speicherkapazität von 200 m<sup>3</sup>, was besonders während der Monsunsaison wertvoll ist.

2. Eine Abwasseraufbereitungsanlage, die 10.000 Liter pro Tag aufbereiten kann, sodass Wasser für Prozesse, Versorgungseinrichtungen und Landschaftsgestaltung wiederverwendet werden kann.

3. Das extern bezogene Wasser stammt zu 100 Prozent aus vor Ort tertiär aufbereitetem Wasser.

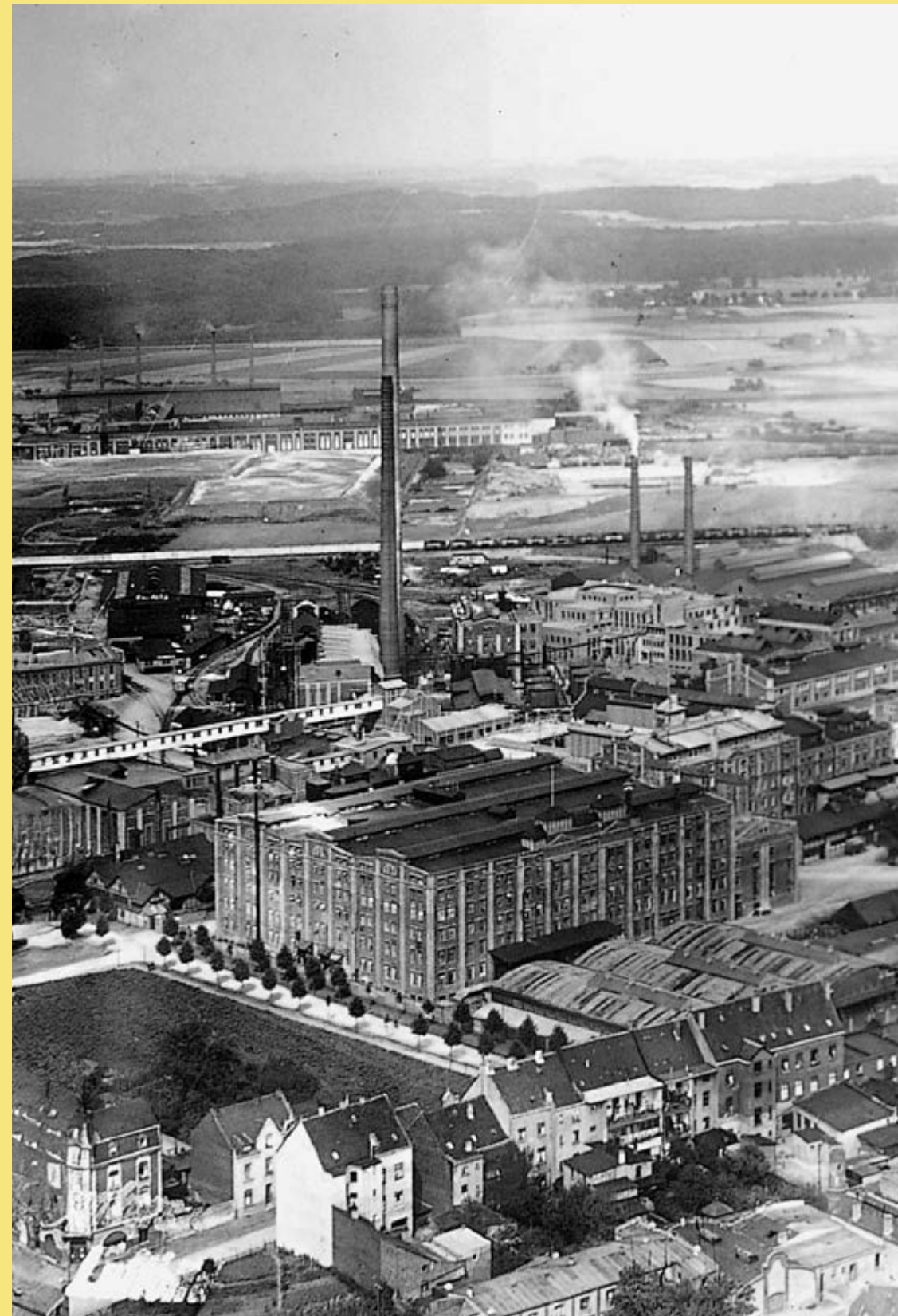
Zusammengenommen garantieren diese Maßnahmen, dass der Gesamtwasserbedarf des Standorts durch regeneriertes Wasser gedeckt wird. Sie unterstützen aktiv einen kreislaufwirtschaftlichen Ansatz für den Wasserverbrauch und tragen so zur nachhaltigen Wassernutzung bei. Diese Bemühungen wurden mit einer Zertifizierung nach ISO 59020 für die Bewertung der Wasserkreislaufführung und einer Zertifizierung nach ISO 46001 für das Wassereffizienzmanagement anerkannt. Chennai ist der erste Henkel-Standort, der beide Zertifizierungen erhält.

**„Ein verantwortungsvoller Umgang mit Wasser ist nicht mehr optional – er ist unerlässlich. An unserem Standort in Chennai tragen wir zum Schutz dieser lebenswichtigen Ressource bei, indem wir wiederverwertetes Wasser beziehen. Wir setzen auch Kreislaufwasserverfahren ein, um einen nachhaltigen Betrieb zu ermöglichen.“**

**Veerabhadra Konakalla,  
Head of SHE IMEA  
Adhesive Technologies**



# 150 JAHRE HERAUSRAGENDE LEISTUNG AN UNSEREN PRODUKTIONSSTANDORTEN



Seit mehr als 150 Jahren arbeiten wir kontinuierlich daran, die Nachhaltigkeit unserer Geschäftstätigkeit weiter zu stärken. Heute betreibt Henkel 165 Produktionsstandorte in 55 Ländern. An all diesen Standorten verfolgen wir das Ziel, die Energieeffizienz zu erhöhen und durch die Umstellung auf kohlenstoffarme Energiequellen klimaneutrale Betriebsabläufe zu erreichen. Wir fördern aktiv die Kreislaufwirtschaft, indem wir Produktionsabfälle reduzieren, Materialien recyceln oder wiederverwenden und die Deponierung von Abfällen auf ein Minimum beschränken. Gleichzeitig setzen wir auf einen verantwortungsvollen Umgang mit Wasser:

## Richtungsweisend im Bereich Nachhaltigkeit

Bereits im Jahr 2021 wurde der Standort Düsseldorf-Holthausen vom Weltwirtschaftsforum als eines der ersten Nachhaltigkeits-Leuchtturmprojekte ausgezeichnet.



CO<sub>2</sub>-neutrale  
Produktion an

# 37

Standorten weltweit

Durch Prozessoptimierungen, Investitionen in wassereffiziente Technologien und die Weiterentwicklung unserer Recyclingverfahren verbessern wir kontinuierlich die Wassernutzung in allen Geschäftsbereichen.

## Henkel-Standort Holthausen: Eine Tradition der Innovation und Nachhaltigkeit

Die Henkel-Geschichte in Düsseldorf-Holthausen begann im Jahr 1899, als Unternehmensgründer Fritz Henkel dort Grundstücke für den Bau neuer Fabriken erwarb, um Soda und Natriumsilikat für Bleichprozesse herzustellen. Mit diesem Schritt entwickelte sich Holthausen zum weltweiten Hauptsitz von Henkel und zu einem zentralen Innovationsstandort – unter anderem

für ikonische Marken wie Persil und für unsere fortschrittlichen Klebstofftechnologien. Im Laufe der Jahrzehnte hat der Standort kontinuierlich expandiert und prägt heute maßgeblich die operativen Aktivitäten des Unternehmens. Holthausen ist bis heute ein wichtiges Zentrum für Innovation, Produktion und Nachhaltigkeit – und treibt unser Engagement für eine nachhaltigere Zukunft entscheidend voran.

## Nachhaltige Energielösungen und digitale Innovation

In enger Zusammenarbeit mit den Stadtwerken Düsseldorf stellt Henkel die Energieversorgung am Standort grundlegend um. Der Bau eines neuen Energiezentrums ermöglicht es künftig, industrielle Abwärme aus der Kraft-Wärme-Kopplung in das Fernwärmenetz der Stadt einzuspeisen. Das Herzstück – ein 51 Meter hoher Stahlkamin mit einem Gewicht von 56 Tonnen – erhebt sich heute an jenem Ort, an



# 97%

Strom aus  
erneuerbaren Energiequellen

dem einst Kohle gelagert wurde, und symbolisiert den vollständigen Ausstieg aus der Kohlenutzung im Jahr 2024.

Mit weiteren Projekten wie Wärmetauschern, die jährlich rund 3,6 GWh einsparen, einer präziseren Dampfmesung sowie dem Einsatz der Loctite-Pulse-Technologie zur frühzeitigen Erkennung von Leckagen und defekten Kondensatableitern optimiert Henkel kontinuierlich seinen Energieverbrauch. Die 2024 und 2025 umgesetzten Maßnahmen verdeutlichen das klare Bekenntnis des Unternehmens zu mehr Energieeffizienz und zur digitalen Transformation.

### Intelligente Logistik und nachhaltige Mobilität

Das Logistikzentrum von Henkel in Holthausen verfügt über eine direkte Schienenanbindung, die einen effizienten und ressourcenschonenden Gütertransport ermöglicht. Ergänzend dazu ist inzwischen ein voll-

elektrisches, emissionsfreies Rangierfahrzeug im Einsatz, das jährlich rund 50 Tonnen CO<sub>2</sub> einspart – ein wichtiger Beitrag zur Stärkung der CO<sub>2</sub>-neutralen Fahrzeugflotte von Henkel, ohne Einbußen bei der Leistungsfähigkeit.

Das Nachhaltigkeitsengagement von Henkel umfasst zudem die Mitarbeitermobilität. Ein flexibles Mobilitätsbudget eröffnet den Beschäftigten die Möglichkeit, umweltfreundliche Transportoptionen zu nutzen. Der jährliche „Bike to Henkel Day“, der seit 2018 Tradition ist, fördert aktives Pendeln und stärkt das Gemeinschaftsgefühl. Darüber hinaus unterstützt Henkel den wachsenden Einsatz von Elektrofahrzeugen mit mehr als 260 Ladestationen am Standort.

### Kunpeng

#### Smart Factory: Ökologisch effizient und zukunftsfähig

Adhesive Technologies hat kürzlich einen neuen Standort in der Provinz Shandong in China eröffnet. Der Standort trägt den chinesischen Namen „Kunpeng“ und umfasst eine zukunftsorientierte, intelligente Fabrik auf mehr als 150.000 m<sup>2</sup> – inklusive hochmoderner, automatisierter Produktionsanlagen sowie eines 8.000 m<sup>2</sup> großen Smart-Warehouses. Mit diesem Werk stärkt Henkel seine Fähigkeit, leistungs-



starke Klebstofflösungen für den chinesischen Markt bereitzustellen und die wachsende Nachfrage aus dynamischen Branchen wie Elektronik, Automobil, Medizintechnik, Geräteherstellung sowie Luft- und Raumfahrt zu bedienen.

Im Einklang mit unserem klaren Bekenntnis zu nachhaltigem Wirtschaften wurde der Standort so konzipiert, dass er aktiv zu unseren Zielen in den Bereichen Klima, Wasser und Abfall beiträgt. Dazu gehören unter anderem eine energieeffiziente Gebäudehülle, ein System zur Wärmerückgewinnung, ein energiesparendes Anlagendesign sowie eine 5-MW-Erdwärmepumpenanlage. Darüber hinaus verfügt das Werk über eine 2,4-MW-Solaranlage,

Regenwassernutzung sowie weitere Maßnahmen zur Steigerung der Wasser- und Ressourceneffizienz. Insgesamt sollen diese Technologien die CO<sub>2</sub>-Emissionen um mehr als 5.000 Tonnen pro Jahr senken und zugleich Wasserverbrauch und Abfallaufkommen im Vergleich zu herkömmlichen Fertigungsprozessen deutlich reduzieren.

### Maribor

#### Hohe Wasser- und Energieeffizienz

Unser Consumer-Brands-Standort in Maribor, Slowenien, ist das europäische „Center of Excellence for Hair Coloration“ und zugleich ein

eindrucksvolles Beispiel für unseren nachhaltigen Geschäftsansatz. 2024 wurde dort ein Kühlsystem mit geschlossenem Kreislauf installiert, das den Einsatz von Süßwasser aus einem nahegelegenen Fluss vollständig überflüssig macht. Ergänzend haben wir eine intelligente Lösung eingeführt, die die Wärme- und Kältebedarfe des gesamten Standorts miteinander verbindet. Mithilfe moderner Wärmepumpentechnologie erreichen wir hierbei eine besonders hohe Energieeffizienz.

Das System ging 2025 in Betrieb und soll den Kühlwasserverbrauch um 80 Prozent sowie den Gasverbrauch um 40 Prozent reduzieren. Durch den deutlich verringerten Gasbedarf und einen nur geringfügig höheren Stromverbrauch wird sich die Gesamtenergieeffizienz des Standorts voraussichtlich um rund 15 Prozent verbessern. Damit leistet die Initiative einen wichtigen Beitrag zu unseren Wasserzielen bis 2025 sowie zur Reduktion der Scope-1- und Scope-2-Treibhausgasemissionen bis 2030.





# 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.

72	Chancengerechtigkeit
79	Bildung
87	Wohlergehen

# CHANCEN- GERECHTIGKEIT



## Highlights 2025

**43%**

Frauenanteil  
im Management

**~47.200**

Mitarbeiter:innen  
aus 125 Ländern

**~1.500**

Mitarbeiter:innen nahmen  
die neue geschlechterneutrale  
Elternzeit in Anspruch (2025)

Wir glauben, dass in Vielfalt eine große Stärke liegt und dass jeder Mensch wertgeschätzt und anerkannt werden sollte. Wir verpflichten uns, die Menschenrechte in unserem eigenen Betrieb und in unserer Lieferkette einzuhalten. Dies beginnt mit der Weiterentwicklung unserer Unternehmenskultur und des Mindsets.

## Fokus-Themen

**Unternehmens-  
kultur der  
offenen Kom-  
munikation  
und Zugehörig-  
keit**



**Achtung  
der Menschen-  
rechte**



**Förderung  
von Fairness:  
Existenz-  
sichernder  
Lohn**





## Unsere Ambitionen 2025:



Geschlechterparität über alle Führungsebenen hinweg (2025)



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

## Unser strategischer Ansatz: Ungleichheiten abbauen

Nachhaltiger sozialer Fortschritt erfordert, dass Ungleichheiten abgebaut werden und niemand ausgeschlossen wird. In den vergangenen Jahren wurde dieser Anspruch jedoch zunehmend herausgefordert: Wirtschaftliche Schocks, geopolitische Spannungen und gesellschaftliche Veränderungen haben bestehende Ungleichheiten vertieft und strukturelle Barrieren für Chancengerechtigkeit sichtbarer gemacht.

Der Einsatz für mehr Gleichberechtigung zählt daher zu unseren zentralen Prioritäten. Er prägt unser tägliches Handeln – von der Unterstützung unserer Mitarbeiter:innen bis hin zu unserem Engagement in den Gemeinschaften, die mit unserem Unternehmen verbunden sind. Ein Gefühl von Zugehörigkeit zu schaffen und Vielfalt aktiv wertzuschätzen, ist entscheidend für Zusammenarbeit, Kreativität und Innovationskraft.

Unser Weg führt zu einer vertrauensvollen Unternehmenskultur, in der Menschen ermutigt werden, Initiative zu zeigen, vorauszudenken und neue Ideen offen einzubringen. Unternehmen wie Henkel können dabei eine wichtige Rolle spielen, indem sie negative Auswirkungen verringern und zu einer inklusiveren, widerstandsfähigeren Gesellschaft beitragen.



**„Bei Henkel setzen wir uns dafür ein, Ungleichheiten abzubauen und niemanden zurückzulassen. Durch eine Kultur des Vertrauens, der Zugehörigkeit und Eigeninitiative stärken wir unsere Mitarbeiter:innen, unterstützen unsere Gemeinschaften und fördern eine inklusive, widerstandsfähige Gesellschaft.“**

**Sylvie Nicol**  
Mitglied des Vorstands  
Personal, Infrastruktur  
und Nachhaltigkeit

## Unternehmenskultur der offenen Kommunikation und Zugehörigkeit

Wir schaffen ein Umfeld des Vertrauens, das Ideen willkommen heißt, Innovationen unterstützt und klare Entscheidungen ermöglicht. Ausschlaggebend hierfür ist eine starke Führungskultur.

Mit unseren Leadership Commitments zielen wir darauf ab, eine Kultur zu fördern, in der Mitarbeiter:innen Initiative ergreifen, mit unternehmerischem Geist handeln, im Team zusammenarbeiten und Verantwortung übernehmen – ob als Führungskräfte oder als Teammitglieder. Um dies zu unterstützen, bieten wir Workshops, Lernmöglichkeiten und Reflexionsformate an, die nachhaltige kulturelle Veränderungen vorantreiben und die Leadership Commit-

ments zum Leben erwecken. „Diversity, Equity & Inclusion“ (DEI) ist Kernelement unserer Unternehmenskultur. Diversität bedeutet für uns die Vielfalt von Talenten, Perspektiven und Eigenschaften, die unsere Mitarbeiter:innen und Partner einzigartig machen. Dazu gehören Geschlecht, Geschlechtsidentität, LGBTQ+, Alter, Behinderung, Familienstand, soziale Herkunft, ethnische Zugehörigkeit und Religion. Mit rund 47.200 Mitarbeiter:innen weltweit ist es diese Vielfalt, die unsere Stärke und unseren Erfolg ausmacht.

Unseres Erachtens sind eine diverse Belegschaft und ein offenes, respektvolles Umfeld in einer globalisierten Welt der Schlüssel zum Erfolg. Unterschiedliche Perspektiven, Kulturen und Denkweisen helfen uns, kreative, innovative Lösungen zu entwickeln, die die Anforderungen verschiedener Märkte und Stakeholder erfüllen.



### ACT-INITIATIVE 2025: FEEDBACK FOR GROWTH

Nachdem weltweit Tausende Mitarbeiter:innen an ACT-Sitzungen (Accelerate Cultural Transformation) teilgenommen hatten, die die Bedeutung positiven Feedbacks hervorhoben, entstand die Basis für eine Kultur der Wertschätzung und Verbundenheit. 2025 lag der Schwerpunkt auf ‚Feedback for Growth‘, um offene, ausgewogene Gespräche zu fördern, die sowohl Einzelpersonen als auch das Unternehmen voranbringen. Die ‚Team Moments‘ boten einen sicheren Rahmen, um Erfolge zu feiern, Verbesserungsmöglichkeiten zu besprechen und resilientere Teams aufzubauen. Praktische Übungen und Leitlinien unterstützen dabei, wachstumsorientiertes Feedback fest im Arbeitsalltag zu verankern.

### EMPLOYEE RESOURCE GROUPS (ERGs)

Unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies setzt sich aktiv für Chancengerechtigkeit ein, unter anderem durch Employee Resource Groups für Menschen mit Behinderungen, Neurodiversität, LGBTQ+ und Geschlechtergleichstellung. 2025 bot der Bereich Schulungen, Webinare und inklusive Einstellungspraktiken an, während Mentoring-Programme und die ‚STEM Women‘-Kampagne darauf abzielen, Talente unter Berücksichtigung der Geschlechterparität zu gewinnen und zu binden. Zudem bezieht der Workshop ‚Winning with Inclusion‘ Führungskräfte aller Ebenen ein, um eine inklusive Arbeitskultur zu fördern.

### GOT2B-PRIDE-KAMPAGNE FÜR EINE STOLZERE ZUKUNFT

Im Jahr 2025 startete Got2b eine globale Pride-Kampagne in 15 Märkten, die mutige LGBTQ+-Pioniere ehrte und die Vergangenheit und Gegenwart auf dem Weg zu einer Zukunft mit mehr Pride verbindet. Da wir wissen, dass Pride eine gelebte Erfahrung ist, nicht nur ein Moment, stärkte Got2b seine langjährige Partnerschaft mit einer neuen globalen Pride-Landingpage, auf der das ganze Jahr über Wissen, Engagement und Informationen geteilt werden. Got2b ist zudem stolzer Partner der ILGA Europe und unterstützt die Rechte von LGBTQ+ in Europa und Zentralasien.

### DER „MARTHA SCHWARZKOPF AWARD“ 2025 GEHT AN ...

Henkel ist stolz, im Jahr 2025 zum vierten Mal den „Martha Schwarzkopf Award for Women in Science“ verliehen zu haben und Frauen in der Wissenschaft zu würdigen und zu unterstützen. Neben dem Hauptpreis für das Lebenswerk im Bereich der Haarforschung unterstützen die Auszeichnungen „Emerging Talent“ und „Distinguished Talent“ junge Forscherinnen. Frauen aus den Bereichen Natur-, Material-, Kosmetik- und Ingenieurwissenschaften sowie Informatik, Biotechnologie und Medizin sind eingeladen, sich mit Forschungsarbeiten aus den Bereichen Haar- oder Faserwissenschaften zu bewerben, darunter mechanische Analysen, Computersimulationen, Oberflächenuntersuchungen oder biotechnologische Proteinforschung.



Wir setzen in unseren Unternehmensbereichen und Funktionen weltweit verschiedene Förderprogramme für Frauen um. Unser globales, von Mitarbeiter:innen geleitetes Netzwerk „RISE“ fördert ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis in Führungspositionen, beispielsweise durch die Teilnahme von Frauen an einem Mentoring-Programm. Unsere Aktivitäten zeigen, dass wir das Ziel der Geschlechterparität über alle Führungsebenen hinweg entschlossen verfolgen. Wir sind auf einem guten Weg: 2024 haben wir die Steigerung des Frauenanteils im Management gegenüber dem Vorjahr verdreifacht und erreichten 2025 bereits 43 Prozent. Diese Fortschritte motivieren uns, unsere Bemühungen weiter fortzuführen.

Henkel unterstützt seit vielen Jahren berufstätige Eltern, unter anderem durch betriebliche Kinderbetreuung. 2024 führte Henkel als erstes im DAX40 gelistetes Unternehmen eine geschlechterneutrale Elternzeit für alle Mitarbeiter:innen weltweit ein. Das Unternehmen gewährt bis zu acht Wochen voll bezahlten Elternurlaub – basierend auf der Rolle als Betreuungsperson, unabhängig von Geschlecht oder biologischem Elternstatus.

Wir stärken eine inklusive Kultur durch Programme und Trainings, die für Diversität sensibilisieren und die Wertschätzung unterschiedlicher

Perspektiven fördern. Zudem unterstützen wir aktiv offene Dialoge, teilen bewährte Praktiken und setzen in unserer Kommunikation konsequent eine inklusive Sprache ein.

Bei Henkel begegnen wir einander und allen anderen mit Würde und Respekt. Belästigung, Mobbing oder jegliche Form von Diskriminierung tolerieren wir nicht. Zur Stärkung unserer Compliance-Kultur bieten wir Anti-Belästigungs-Schulungen an, die das Bewusstsein für Belästigung und Diskriminierung am Arbeitsplatz schärfen. Das E-Learning enthält zudem Hinweise für Verantwortliche im Recruiting und behandelt zentrale Aspekte von Diversität und Inklusion im Einstellungsprozess. Das Modul steht weltweit allen Mitarbeiter:innen zur Verfügung und ist ein wesentlicher Bestandteil unseres Risikomanagements.

Ein wesentlicher Grund für diese Anerkennung sind unsere Programme für Menschen mit Behinderungen. Dazu gehören die barrierefreie Gestaltung unserer internen Kommunikation und Social-Media-Kanäle sowie die Employee Resource Group ‚Awareness of Visible and Invisible Disabilities‘ (AVID). AVID bietet einen Raum, in dem Menschen mit Behinderungen und ihre unterschiedlichen Identitäten durch Gemeinschaft, Information und passende Ressourcen gestärkt werden.

### DISABILITY INCLUSION DAYS – PERSPEKTIVEN VERÄNDERN. ZUM GUTEN.

Der 3. Dezember markiert den Internationalen Tag der Menschen mit Behinderungen. Mit unseren ‚Disability Inclusion Days‘ stärken wir bei Henkel das Bewusstsein für Inklusion. Drei Tage lang kommen Mitarbeiter:innen weltweit zusammen, um zu lernen, sich auszutauschen und Inklusion erlebbar zu machen. Von Simulationen wie ‚Disabling Me‘ bis zu Online-Sessions über Neurodiversität zeigen wir, wie Barrierefreiheit und vielfältige Fähigkeiten unsere Arbeit bereichern.

Darüber hinaus wurde Henkel Nordamerika mit dem Disability Index 2025® für starke Leistungen bei Kultur, Führung und inklusiven Beschäftigungspraktiken ausgezeichnet. Henkel UK erhielt 2025 zudem die Auszeichnung ‚Best Place to Work for Disability Inclusion‘. Diese Erfolge unterstreichen unsere kontinuierlichen Bemühungen, Barrieren abzubauen, Chancen zu schaffen und ein Umfeld zu fördern, in dem sich jede Person wertgeschätzt und befähigt fühlt.



### INTERGENERATIONAL AWARENESS MONTH UNTERSTREICHT ZUKUNFTSFÄHIGKEIT

Der Intergenerational Awareness Month 2025 unterstrich die Stärke einer multigenerationellen Gesellschaft. Bei Henkel ist diese Form der Diversität gelebter Alltag: Vier Generationen arbeiten bereits zusammen – geprägt von unterschiedlichen Werten und Arbeitsstilen. Diese Unterschiede können zwar zu Missverständnissen führen, bieten jedoch zugleich wertvolle Chancen für persönliche Weiterentwicklung, wenn der Austausch aktiv gesucht wird. Vor diesem Hintergrund weiten wir unseren DEI-Fokus auf die verschiedenen Generationen aus, denn

vielfältige Perspektiven stärken Kreativität, Resilienz und Geschäftserfolg. Im Laufe des Monats unterstützten Keynotes und Schulungen die Mitarbeiter:innen dabei, den Wert altersgemischter Teams zu erkennen. Führungskräfte spielen eine Schlüsselrolle, etwa durch Reverse Mentoring, das digitale Stärken und langjährige Erfahrung miteinander verbindet. Angesichts des wachsenden Fachkräftemangels und vielfältiger werdender Lebenswege wird es immer wichtiger, Altersstereotype zu überwinden und gegenseitige Wertschätzung zu fördern, um unsere Zukunftsfähigkeit zu sichern.

## Konstruktiver sozialer Dialog

Eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertreter:innen ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Wir pflegen einen engen Dialog mit lokalen Betriebsräten und Gewerkschaften und informieren unsere Mitarbeiter:innen über verschiedene Kommunikationsformate regelmäßig zu Schlüsselthemen wie der Unternehmensstrategie.

In Ländern ohne formelle Arbeitnehmervertretung oder Tarifverträge nutzen wir alternative Formate wie Mitarbeiterversammlungen oder -komitees. Diese informellen Plattformen gewährleisten einen offenen Austausch mit dem Management, geben Mitarbeiter:innen eine Stimme und ermöglichen es uns, frühzeitig auf ihre Perspektiven einzugehen. So tragen wir dazu bei, Konflikte zu vermeiden, Vertrauen aufzubauen und die Identifikation mit dem Unternehmen zu stärken. Tarifverträge regeln zudem Maßnahmen in puncto Gesundheit und Sicherheit, Arbeitszeiten, Überstunden, Jahresurlaub, Löhne und Weiterbildung sowie Richtlinien gegen Diskriminierung und Belästigung.

## Faire und transparente Arbeitsbedingungen

Unsere Vergütungsphilosophie basiert auf Fairness, Transparenz, Wettbewerbsfähigkeit und gleicher Bezahlung für gleiche Arbeit. Eine klar definierte Stellenarchitektur gewährleistet weltweit abgestimmte Gehaltsstufen. Die Bewertung erfolgt nach objektiven, geschlechtsneutralen Kriterien wie Fähigkeit, Verantwortung und Arbeitsbedingungen. So stellen wir eine konsistente und angemessene Vergütung sicher – einschließlich fairer Überstundenregelungen je nach Position, Markt und Tarifvertrag. Manager werden weltweit standardisiert vergütet, während die Bezahlung für Nicht-Manager an lokale Bedingungen angepasst ist. Diese Grundsätze kommunizieren wir transparent, um Verständnis zu fördern und Vertrauen zu stärken.

Zur Stärkung der Chancengerechtigkeit überprüfen wir regelmäßig die Lohngleichheit und ergänzen unsere Analysen um das bereinigte geschlechtsspezifische Lohngefälle. Unser Vergütungssystem kombiniert ein wettbewerbsfähiges Grundgehalt mit rollenbasierten Anreizen und Zusatzleistungen. Leistungsbeurteilungen berücksichtigen zudem unsere Werte und Nachhaltigkeits-



ziele – einschließlich Erfolgen wie der Reduktion von Energieverbrauch oder Abfall, sofern relevant.

Weltweit bieten wir umfassende Sozialleistungen. In Ländern mit begrenzten öffentlichen Systemen ergänzen wir Gesundheits- und Altersversorgung, etwa durch private Krankenversicherungen in den USA oder betriebliche Altersvorsorgepläne in vielen Märkten. Seit 2001 ermöglicht unser freiwilliges Mitarbeiterbeteiligungsprogramm allen Mitarbeiter:innen, in das Unternehmen zu investieren und am Erfolg zu partizipieren – und stärkt so Engagement und Verantwortungsgefühl.

## Achtung der Menschenrechte

Unsere ethischen und rechtlichen Geschäftspraktiken sind eng mit unserem Einsatz für international anerkannte Menschenrechte verknüpft. Seit 1994 betonen unsere Mission und Grundsätze soziale Werte; 2000 haben wir einen **Code of Conduct** eingeführt, der Menschenrechte ausdrücklich unterstützt.

Als Unterzeichner des UN Global Compact seit 2003 bekräftigen wir unser Engagement für Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Antikorruption. Unsere menschenrechtlichen Anforderungen sind im

**Human Rights Policy Statement**, den **Social Standards** und den **SHE-Standards** verankert und orientieren sich an internationalen Rahmenwerken wie den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen. Diese Standards vermitteln wir weltweit durch Schulungen für unsere Mitarbeiter:innen, etwa zu Vereinigungsfreiheit, Tarifverhandlungen sowie Gesundheit und Sicherheit.

Um Menschenrechtsverstöße und Umweltrisiken wie Kinder- oder Zwangsarbeit zu erkennen, zu verhindern und zu adressieren, setzt Henkel auf unternehmensweite Risiko- und Due-Diligence-Prozesse. Durch die Einbettung der Sorgfaltspflicht in Prozesse und Entscheidungen wollen wir die Identifizierung und Bewältigung potenzieller Auswirkungen kontinuierlich verbessern.

Mitarbeiter:innen, Stakeholder wie Kunden, Lieferanten oder Dienstleister sowie alle von unseren Geschäftsaktivitäten betroffenen Personen können über unser Hinweisgebersystem Bedenken melden. Werden negative Auswirkungen festgestellt, arbeiten wir an einer angemessenen Behebung und unterstützen den Zugang zu Abhilfemaßnahmen. Gleichzeitig stärken wir kontinuierlich unsere Präventionsmaßnahmen und verbessern unsere Prozesse fortlaufend.



## Ausblick

Chancengerechtigkeit ist fest in unserer Kultur und unseren Werten verankert. Sie spiegelt unser langjähriges Engagement für Fairness, Würde und Chancengleichheit wider und prägt unser Handeln als verantwortungsbewusstes, globales Unternehmen. Darauf aufbauend treten wir in eine neue Phase unseres sozialen Engagements ein – mit klaren, handlungsorientierten Commitments sowie stärker zeitgebundenen und messbaren Zielen. Diese Weiterentwicklung trägt den wachsenden gesellschaftlichen Erwartungen und regulatorischen Anforderungen Rechnung und unterstreicht unseren Anspruch, Fortschritte transparent und verantwortungsvoll darzustellen.

Unsere überarbeitete Strategie zur Chancengerechtigkeit vereint Repräsentation, faire Bezahlung und die Achtung der Menschenrechte – im Bewusstsein, dass echte Gleichstellung nur durch Fortschritte in allen drei Bereichen erreicht werden kann. Dazu gehören eine ausgewogene Geschlechterverteilung in Führungspositionen, weltweite Entgeltgleichheit, die kontinuierliche Sicherstellung existenzsichernder Löhne für unsere Mitarbeiter:innen sowie ein klares Bekenntnis zur Achtung der Menschenrechte in unseren eigenen Betrieben und entlang der gesamten Lieferkette.

Um Chancengerechtigkeit im großen Maßstab zu erreichen, müssen unterschiedliche regulatorische Rahmenbedingungen, Arbeitsmärkte und kulturelle Kontexte berücksichtigt werden. Der Fortschritt wird nicht linear verlaufen; Herausforderungen wie begrenzte Talentverfügbarkeit, strukturelle Ungleichheiten und der demografische Wandel erfordern langfristiges Engagement.

Auch künftig werden wir Chancengerechtigkeit konsequent in unsere Systeme und Entscheidungsprozesse integrieren. Dafür stärken wir Datenbasis, Methoden und interne Kompetenzen, um mögliche Defizite besser zu erkennen, Fortschritte transparent nachzuverfolgen und gezielte Maßnahmen abzuleiten – stets im Einklang mit sich weiterentwickelnden Berichts- und Regulierungsanforderungen. Da viele Aspekte der Chancengerechtigkeit nicht isoliert lösbar sind, bleibt die enge Zusammenarbeit mit Mitarbeiter:innen, Peers, NGOs und weiteren Partnern entscheidend, um Wirkung zu bündeln und systemischen Wandel voranzutreiben.

## KPIs und Daten

Alle weiteren quantitativen Informationen sind im Kapitel „Kennzahlen“ zu finden.

**Kennzahlen**

## Neue Ziele und Commitments 2030

### Ziele:



Ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis auf allen Ebenen des Managements mit einem Männer- und Frauenanteil von jeweils

**> 45 %**  
(2030)<sup>1</sup>



Weltweite Entgeltgleichheit  
(2030)<sup>1</sup>

### Commitments:



Alle Mitarbeiter:innen weltweit verdienen mindestens einen existenzsichernden Lohn



Einhaltung der Menschenrechte in unseren Betrieben und unserer Lieferkette

<sup>1</sup> Unter Einhaltung von lokalen Gesetzen und regional angepassten Ansätzen.



# FÖRDERUNG VON FAIRNESS UND CHANCENGERECHTIGKEIT: PROGRAMM FÜR EXISTENZSICHERNDE LÖHNE

Im Rahmen unseres Engagements für faire Arbeitsbedingungen hat Henkel einen globalen Ansatz entwickelt, der sicherstellt, dass die Vergütung unserer Mitarbeiter:innen weltweit den lokalen Benchmarks für existenzsichernde Lebenshaltungskosten entspricht.

Existenzsichernde Löhne sind ein entscheidender Hebel, um Armut im Arbeitsleben und Einkommensungleichheit – insbesondere in niedrigeren Lohnsegmenten – wirksam entgegenzuwirken. Sie decken die tatsächlichen Lebenshaltungskosten und stärken damit die Stabilität sowie die wirtschaftliche Resilienz von Haushalten. Um dieses klare Commitment zu unterstreichen, führt Henkel regelmäßig globale Bewertungen durch, die überprüfen, ob die Vergütung dauerhaft an international anerkannte lokale Benchmarks für existenzsichernde Löhne des Fair Wage Network ausgerichtet ist. Diese Bewertungen erfolgen in allen Regionen, über alle

Unternehmensbereiche hinweg und gelten für sämtliche Mitarbeiter:innen. Die Bewertungsmethodik stützt sich auf international anerkannte Grundsätze guter Praktiken und ist so gestaltet, dass sie in allen Regionen einheitliche und verlässliche Ergebnisse gewährleistet.

Ein funktionsübergreifendes Team verantwortet die Weiterentwicklung der Methodik und stellt deren konsistente Anwendung weltweit sicher. Dies ist besonders für Mitarbeiter:innen in niedrigeren Lohnsegmenten von Bedeutung, die nicht durch Tarifverträge abgesichert sind.

Zu den zentralen Maßnahmen in den Jahren 2024 und 2025 zählten die Sicherstellung einer robusten Governance des Bewertungsprozesses sowie die frühzeitige Identifizierung und Beseitigung potenzieller Schwachstellen. Darüber hinaus setzten wir unser externes Engagement fort und beteiligten uns aktiv an Branchenarbeitsgruppen wie dem

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), People Action und AIM-Progress.

Mit diesen Maßnahmen stärkt Henkel seinen operativen Rahmen für eine faire und transparente Vergütung und fördert die Umsetzung existenz-

sichernder Lohnstandards für die weltweite Belegschaft. Gleichzeitig ist sich das Unternehmen bewusst, wie wichtig es ist, die eigenen Ansätze zu existenzsichernden Löhnen fortlaufend weiterzuentwickeln und an sich wandelnde Erwartungen anzupassen.

**Ein existenzsichernder Lohn ist die Vergütung, mit der sich eine Arbeitskraft einen angemessenen Lebensstandard für sich und ihre Familie an einem bestimmten Ort leisten kann.**

Definition basierend auf der Anker-Methode

# BILDUNG



## Highlights 2025

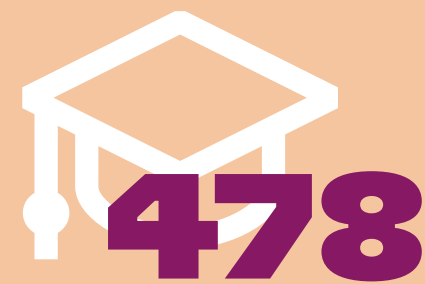


Länder nahmen an der  
Forscherwelt-Bildungsinitiative  
teil (seit 2011)



# 294

arbeitsfreie Tage für  
von Mitarbeiter:innen  
initiierte Projekte



Nachwuchskräfte in  
Ausbildungen und dualen  
Studiengängen

Bildung ist ein starker Treiber für positive Veränderung. Wir investieren in innovative Programme, die Wissen, Fähigkeiten und neue Denkweisen fördern – und damit unsere Mitarbeiter:innen, Kunden und Gemeinschaften stärken.

## Fokus-Themen

### Menschen befähigen, Zukunft gestalten



### Engagement und Training für eine nachhaltige Entwicklung



### Corporate Citizenship



## Unser strategischer Ansatz: Durch Bildung Wandel gestalten

Bildung spielt eine zentrale Rolle dabei, Chancen zu eröffnen und gesellschaftlichen Fortschritt zu fördern. Sie vermittelt Menschen das Wissen und die Fähigkeiten, um Armut zu überwinden, Ungleichheit zu reduzieren und ein gesünderes Leben zu führen. Als eigenständiges Recht und zugleich als Grundlage für viele andere Rechte sind Bildung und lebenslanges Lernen ein wesentlicher Bestandteil unserer Strategie.

Innovation und Kreativität entstehen durch kontinuierliches Lernen. Deshalb gehen wir über klassische Lernformate hinaus und bieten ganzheitliche Programme an, die Lernen im Arbeitsalltag ebenso fördern wie durch Möglichkeiten außerhalb der Kernaufgaben.

Unser Ansatz reicht über unsere eigene Organisation hinaus und umfasst auch Kunden und Gemeinschaften. Wir möchten Menschen mit den Kompetenzen ausstatten, die sie benötigen, um innovative Ideen zu entwickeln, nachhaltiges Verhalten zu fördern und digitale Lösungen zu gestalten – damit sie zukünftige Herausforderungen meistern und neue Chancen nutzen können.

## Unsere Ziele und Ambitionen 2025

Ziel:



**Verbesserung des Lebens von 30 Millionen Menschen weltweit (2030)**

Erreicht seit 2022

**100 %**

Basisjahr: 2010

Zieljahr: 2030

### Ambitionen:



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



**Alle Mitarbeiter:innen für Nachhaltigkeit motivieren und aktivieren**

## Menschen befähigen, Zukunft gestalten

Wir fördern die Fähigkeiten unserer Mitarbeiter:innen systematisch und unterstützen sie dabei, ihr volles Potenzial zu entfalten. Regelmäßiges, konstruktives Feedback bildet dabei die Grundlage. In Entwicklungsgesprächen werden Leistung und Potenzial reflektiert, individuelle Entwicklungspläne erstellt und passgenaue Weiterbildungsmaßnahmen vereinbart. Dieser Ansatz ist zentral für unser Talentmanagement – er ermöglicht eine gezielte Förderung unserer Talente und unterstützt zugleich eine vorausschauende Nachfolgeplanung. So schaffen wir die Basis für eine zukunftsfähige und leistungsstarke Belegschaft.

Im Rahmen unseres globalen Talent- und Leistungszyklus bewerten wir unsere Mitarbeiter:innen jährlich in zwei Schritten:

### 1. Leistungsbewertung

Zu Jahresbeginn werden individuelle, auf die Unternehmensziele ausgerichtete Rollenziele festgelegt. Zur Jahresmitte erfolgt eine Überprüfung des Fortschritts, gefolgt von einem Feedbackgespräch.

### 2. Potenzialbewertung

Mitarbeiter:innen reflektieren ihre beruflichen Ziele, während Vorgesetzte das Potenzial anhand definierter Kriterien einschätzen. Gemeinsam werden passende Entwicklungsmaßnahmen wie Schulungen, Workshops, Konferenzen oder zusätzliche Aufgaben vereinbart.

Diese Gespräche werden durch ein digitales Feedback-Tool ergänzt, das eine dynamische und offene Feedbackkultur fördert. Unsere Talent-, Leistungs- und Feedback-Tools überprüfen wir regelmäßig und entwickeln sie bei Bedarf weiter.

Henkel unterstützt viele junge Menschen beim erfolgreichen Berufseinstieg und bietet in Deutschland Ausbildungs- und duale Studienprogramme an. Lebenslanges Lernen ist für uns ein zentraler Bestandteil der Entwicklung. Wir fördern Wissen und Kompetenzen sowohl im Arbeitsalltag als auch durch vielfältige Aufgaben und strukturierte Lernangebote. Durch die kontinuierliche Überprüfung und Weiterentwicklung unserer Trainings stellen wir sicher, dass unsere Mitarbeiter:innen auch künftig über die erforderlichen Fähigkeiten verfügen.



Unser Ziel ist es, unsere Mitarbeiter:innen zukunftssicher zu machen, indem wir sie beim Aufbau der benötigten Fähigkeiten unterstützen und ihnen Raum geben, ihr Potenzial voll zu entfalten. Dafür schaffen wir neue Rollen – sowohl lokal als auch international – und fördern Lernen durch den Austausch mit Führungskräften, Kolleg:innen sowie Auszubildenden und Studierenden.

Besonders im Bereich Digitalisierung haben wir große Fortschritte erzielt: Auszubildende und Studierende erwerben in einem dreijährigen Weiterbildungsprogramm zusätzliche digitale Qualifikationen. Seit mehreren Jahren kombinieren wir virtuelle Formate mit klassischem Präsenzlernen. Unser globaler, cloudbasierter Henkel Learning Hub bündelt alle formalen Trainingsangebote – von Management, Prozessen und KI über Soft Skills bis hin zu unternehmensspezifischen Inhalten – und bietet Kurse von erfahrenen Dozent:innen, E-Learnings, Podcasts, Videos und virtuelle Kollaborationsformate.

Auf diese Weise statten wir unsere Mitarbeiter:innen mit zukunftsrelevanten Kompetenzen aus und bereiten Führungskräfte auf kommende Herausforderungen vor – basierend auf einem globalen, wertorientierten Führungsansatz, der regionale und kulturelle Unterschiede berücksichtigt.



### MEILENSTEIN: 100 JAHRE BERUFSAUSBILDUNG

Im Jahr 2025 feierte Henkel einen besonderen Meilenstein: 100 Jahre Förderung junger Talente. Was 1925 mit nur 15 Auszubildenden begann, hat sich zu einem vielfältigen Ausbildungsprogramm entwickelt, das bereits Tausende junger Menschen auf ihrem Weg in die Berufswelt begleitet hat. Diesen Anlass würdigten wir mit einer festlichen Gala, bei der Auszubildende, dual Studierende, Ausbilder:innen und besondere Gäste zu einem Abend voller Erinnerungen und Zukunftspläne zusammenkamen.

Mit dem Wandel von Technologie und Gesellschaft entwickelt Henkel seine Berufsausbildung kontinuierlich weiter, um die nächste Generation bestmöglich auf die Anforderungen der Zukunft vorzubereiten und Innovationen für das kommende Jahrhundert voranzutreiben. Heute beschäftigt Henkel in Deutschland 478 Auszubildende und dual Studierende – verteilt auf über 30 Berufe und sieben Berufsfelder. Seit 1925 haben mehr als 10.000 junge Menschen ihre Ausbildung bei Henkel erfolgreich abgeschlossen.



### ZUGANG ZU INNOVATION: KI-WEITERBILDUNG

Unser neues Commitment für den Aufbau einer zukunftsfähigen Belegschaft rückt Fähigkeiten wie Nachhaltigkeit, digitale Kompetenz und adaptive Führung in den Mittelpunkt des Lernens. Mit der Initiative „AI Explorer“ macht Henkel einen wichtigen Schritt, um KI für alle Mitarbeiter:innen zugänglich zu machen. Der AI Explorer Hub bündelt zentrale Inhalte an einem Ort, während die GenAI-Grundlagenschulung die Grundlagen der KI, ihre Einsatzmöglichkeiten und den verantwortungsvollen Umgang vermittelt. Von der Funktionsweise generativer KI bis hin zu konkreten Anwendungsfällen bei Henkel – das Programm befähigt Mitarbeiter:innen, neue Technologien sicher zu nutzen und Innovationen aktiv voranzutreiben.

### DAS LEARNING FESTIVAL MIT FOKUS AUF KI

Unser Learning Festival 2025 brachte über 13.000 Teilnehmer:innen in mehr als 80 globalen und regionalen Sessions zusammen. Unter dem Motto „Your Skills. Your Impact.“ erkundeten die Teilnehmenden, wie sie ihre Karriere aktiv gestalten, Innovationen vorantreiben und neue Arbeitsweisen etablieren können. Ein zentrales Thema prägte die globale Agenda: Künstliche Intelligenz. KI ist längst keine abstrakte Idee mehr, sondern beeinflusst bereits heute, wie wir gestalten, entscheiden und zusammenarbeiten. Die Sessions zeigten, wie KI als unterstützender Partner eingesetzt werden kann – bei gleichzeitigem Bewusstsein für die Bedeutung eines verantwortungsvollen Umgangs damit und des menschlichen Urteilsvermögens. Mit neuen Lernmaterialien und einem klaren Bekenntnis zur KI-Kompetenz befähigt Henkel seine Mitarbeiter:innen, eine Zukunft mitzugestalten, in der unsere Fähigkeiten und unser Einfluss weiter wachsen.

YOUR  
SKILLS.  
YOUR  
IMPACT.

### NEUES KI-GESTÜTZTES TOOL: mySPARKS

Henkel hat einen weiteren wichtigen Schritt hin zu einer kompetenzbasierten Zukunft gemacht und seine Mitarbeiter:innen mit dem neuen KI-gestützten Tool mySPARKS ausgestattet. Das Tool funktioniert wie eine interne LinkedIn-Plattform: Mitarbeiter:innen können ihre Fähigkeiten sichtbar machen, passende Entwicklungsmöglichkeiten finden und sich unternehmensweit vernetzen. Auf Basis des persönlichen Profils erkennt die KI Stärken, Erfahrungen und Ziele und schlägt passende Wachstumschancen vor – aus Tausenden von Kursen sowie Hunderten interner Stellen und Projekte. Gleichzeitig hilft mySPARKS dabei, geeignete Mentor:innen, Mentees oder Fachexpert:innen zu finden. Je aktiver die Mitarbeiter:innen ihre Ziele einbringen, desto präziser werden die Empfehlungen. So begleitet mySPARKS sie gezielt auf ihrem beruflichen Weg und unterstützt sie dabei, ihr Potenzial bei Henkel voll auszuschöpfen.





### OKTOBER – MONAT DES BEWUSSTSEINS FÜR MEHR CYBERSICHERHEIT

Im Oktober 2025 haben sich Henkel-Teams weltweit unter dem Motto „Vereint in der Cybersicherheit – Jeder zählt!“ zusammengeschlossen, um die digitale Sicherheit zu verbessern. Durch globale Videobotschaften, interaktive Trainingsformate und spielerische Herausforderungen wie Cybersecurity Jeopardy konnten Mitarbeiter:innen ihre Kenntnisse ausbauen und das Bewusstsein für Risiken schärfen. In Algerien brachte die Kampagne beispielsweise Kolleg:innen von drei Standorten zusammen; Führungskräfte beteiligten sich aktiv und förderten Engagement und Zusammenarbeit. Angesichts steigender Cyberbedrohungen zeigt die Henkel-Community damit deutlich: Cybersicherheit ist nicht nur Aufgabe der IT, sondern eine gemeinsame Verantwortung.

## Engagement und Training für eine nachhaltige Entwicklung

Unsere Mitarbeiter:innen machen den Unterschied bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie – durch ihren persönlichen Einsatz, ihre Fähigkeiten und ihr Wissen. Aus diesem Grund wollen wir mit unserem ganzheitlichen Engagement-Programm „Sustainability at Heart“ die Verpflichtung unserer Mitarbeiter:innen zu Nachhaltigkeit fördern. Zielsetzung ist es, sie zukünftig noch umfassender mit Wissen, Fähigkeiten und dem richtigen Mindset auszustatten, die für Henkel als führendes Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit zentral sind. Außerdem motivieren und ermutigen wir sie, sich in ihrem Arbeitsumfeld sowie privat aktiv für Nachhaltigkeit zu engagieren.



# > 28.600

abgeschlossene  
Nachhaltigkeitsschulungen  
(2021–2025)

### 50.000 BÄUME IN NORDAMERIKA GEPFLANZT

Seit der Einführung im Jahr 2020 fördert das mitarbeitergeführte Sustainability Action Team (eSAT) in Nordamerika eine stärkere Nachhaltigkeitskultur. Angetrieben von der Mission, Kolleg:innen dabei zu helfen, ihr Leben bestmöglich zu führen und gleichzeitig ihre Umweltauswirkungen zu minimieren, konzentriert sich das Team auf die Schulung, Zusammenarbeit und Inspiration von Mitarbeiter:innen in der gesamten Region durch Formate wie externe Vorträge, einen Buchclub für Nachhaltigkeit und regionale Mitarbeiter-Challenges. Im Jahr 2025 feierte eSAT einen bemerkenswerten Meilenstein: Durch die fünfte jährliche „Move to Plant Challenge“ und in Zusammenarbeit mit Tree-Nation haben die Mitarbeiter:innen seit 2021 insgesamt 50.000 Bäume in Nordamerika gepflanzt. Mit 500 Teilnehmer:innen aus verschiedenen Standorten und Unternehmensbereichen wächst die Initiative weiter – und zeigt, wie kollektive Leidenschaft einen dauerhaften Impact erzielen kann.



### NET-ZERO-WEITERBILDUNGS-VERANSTALTUNGEN

Zwischen November 2024 und November 2025 veranstaltete Henkel sieben regionale Townhalls, um das Verständnis für die Net-Zero-Ziele des Unternehmens zu stärken und regionale Beiträge zur Net-Zero-Roadmap sichtbar zu machen. Bei der IMEA Townhall wurden etwa Fortschritte bei der Reduktion der Scope-1- und Scope-2-Emissionen vorgestellt – durch energieeffiziente Betriebsabläufe, den Einsatz erneuerbarer Energien und kohlenstoffarme Technologien. Unter der Leitung von Führungskräften tauschten lokale Nachhaltigkeitsexpert:innen Erkenntnisse darüber aus, was bereits erreicht wurde und welche Schritte nun folgen müssen. Gemeinsam betonten sie die Dringlichkeit weiterer Maßnahmen, um den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von Henkel zu reduzieren und eine übermäßige globale Erwärmung zu verhindern.

### RAUM FÜR EXPERIMENTE: SUSTAINABILITY INCUBATOR LAB

Mit dem „Sustainability Incubator Lab“, einem virtuellen viermonatigen Programm zur Entwicklung nachhaltiger Geschäftsideen und Kompetenzen, stärkt Henkel seinen Pioniergeist weiter. Teams arbeiten zu unterschiedlichen Themen und werden dabei von Expert:innen der DO School begleitet. Am Ende präsentieren sie ihre Ideen den Nachhaltigkeitsverantwortlichen bei Henkel.

2025 setzte ein Team aus fünf Kolleg:innen seine Idee erfolgreich um: SustainIT. Mit starker interner Unterstützung entwickelten sie ihr Konzept zu einem praktischen Tool und einer Awareness-Kampagne, die den digitalen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von Henkel reduziert. Alle zwei Wochen erhielten Mitarbeiter:innen einfache, umsetzbare Tipps, die zu bewussteren und nachhaltigeren digitalen Entscheidungen anregten.



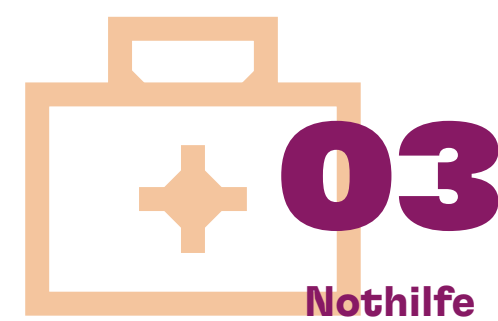
SUSTAINIT

## Engagement für die Gesellschaft weltweit

Corporate Citizenship ist seit der Gründung unseres Unternehmens durch Fritz Henkel im Jahr 1876 fest in unserer Unternehmenskultur verankert. Dieses Selbstverständnis spiegelt sich deutlich in unserem Unternehmenszweck wider. Wir sehen es als unsere Verantwortung, über unsere Geschäftsaktivitäten hinaus einen nachhaltigen Beitrag für Gemeinschaften weltweit zu leisten. Unsere Spenden – sowohl finanzieller Art als auch in Form von Produkten (ausgenommen zusätzliche Freistellungen für Mitarbeiter:innen) – unterstützen Menschen und gemeinnützige Organisationen und stellen damit eine Investition in starke, zukunftsfähige Gemeinschaften dar. Unsere Aktivitäten zielen darauf ab, die Gesellschaft langfristig zu stärken. Wir möchten Menschen durch Bildung befähigen, die nötigen Fähigkeiten zu erwerben, um innovative Ideen zu entwickeln, nachhaltiges Verhalten zu fördern und neue digitale Lösungen voranzutreiben. Die Kriterien für die Auswahl unserer Projekte sind im Corporate-Standard „Donations, Memberships and Sponsorships“ festgelegt.

Wir erfassen und bewerten die Wirkung unseres gesellschaftlichen Engagements systematisch und einmal jährlich. So schaffen wir Transparenz und stellen sicher, dass wir unsere Unterstützung für Einzelpersonen und Initiativen kontinuierlich weiterentwickeln und verbessern.

Das gesellschaftliche Engagement von Henkel basiert auf drei Säulen:



### HABITAT FOR HUMANITY – FÜR HOFFUNG UND VERBINDUNG

Im Jahr 2025 reisten 40 Henkel-Mitarbeiter:innen im Rahmen von zwei wirkungsvollen Einsätzen mit Habitat for Humanity nach Nordmazedonien und Rumänien. Unter der neuen globalen Dachorganisation „Build for Generations“ unterstützten sie Familien dabei, sichere Häuser – und damit eine neue Zukunft – aufzubauen. Kolleg:innen mit unterschiedlichsten Hintergründen fanden durch ihre gemeinsame Mission zusammen. Im Ergebnis zeigte sich ein beeindruckender Teamgeist und eine inspirierende interkulturelle Zusammen-

arbeit. Über ihre täglichen Aufgaben hinaus stellten sich die Freiwilligen neuen Herausforderungen, erweiternten ihre Kompetenzen und erlebten, wie kraftvoll einzelne Handlungen sein können. Die globale Initiative machte eindrucksvoll sichtbar, welchen Unterschied gemeinsames Engagement und der Aufbau stabiler Strukturen machen können. Insgesamt engagierten sich 2025 rund 200 Mitarbeiter:innen in neun Ländern und fünf Regionen als Freiwillige bei Habitat for Humanity oder vergleichbaren Organisationen, um Gebäude für Menschen in Not zu errichten oder zu renovieren.



### FÖRDERUNG LANGFRISTIGER BEFÄHIGUNG IN MALAYSIA

Im Jahr 2025 hat Henkel Malaysia gemeinsam mit der Project Hope Welfare Association zwei wirkungsvolle Initiativen gestartet, um indigene sowie Flüchtlingsgemeinschaften in Malaysia zu unterstützen. Ein zentraler Bestandteil war eine groß angelegte Lebensmittelspendenaktion: Mitarbeiter:innen sammelten über 2.000 Kilogramm an Lebensmitteln und wichtigen Alltagsgütern und übergaben diese persönlich an Familien in Kampung Trolak. Zudem ermöglichte ein zehnwöchiges Computer-Alphabetisierungsprogramm Kindern aus einkommensschwachen Familien sowie geflüchteten Familien aus Myanmar erstmals den Zugang zu digitalen Anwendungen – unterstützt durch gespendete Laptops und engagierte Freiwillige. Dadurch wurden ihr Selbstvertrauen und ihre Kreativität nachhaltig gestärkt. Mit der Initiative „Make an Impact on Tomorrow“ setzen sich Henkel Malaysia und Project Hope für benachteiligte Gemeinschaften ein, indem sie auf akute Bedürfnisse eingehen und gleichzeitig Familien stärken.



### 15. GEBURTSTAG VON SHAPING FUTURES

Seit 15 Jahren verändert die Flagship-Initiative „Shaping Futures“ von Schwarzkopf Professional das Leben junger Erwachsener aus benachteiligten Verhältnissen, indem sie ihnen das Friseurhandwerk vermittelt. Seit 2010 hat das Programm weltweit mehr als 4.000 Teilnehmer:innen mit fachlichen Fähigkeiten, Selbstvertrauen und neuen Perspektiven ausgestattet. Im Jahr 2025 unterstützten Trainings in Brasilien, Indien, den Philippinen und Serbien über 200 Student:innen, von denen viele im Anschluss direkt eine Beschäftigung

aufnahmen oder sich weiterqualifizierten. Das Programm umfasst auch inklusive Angebote für Menschen mit Behinderungen in Spanien, LGBTQ+-Projekte in Lateinamerika sowie Initiativen zur Integration von Flüchtlingen in Deutschland. Ein Highlight 2025 war ein deutsches Pilotprojekt, bei dem Schüler:innen gemeinsam mit der Künstlerin Alli Neumann an professionellen Fotoshootings teilnahmen. Während „Shaping Futures“ sein Jubiläum feiert, zeigt es eindrucksvoll, wie Bildung und berufliche Fähigkeiten Türen öffnen und jungen Menschen eine bessere Zukunft ermöglichen.



Pritt spendet

**100.000 Euro**

an **unicef** 

### UNTERSTÜTZUNG EINES GLOBALEN PROJEKTS ZUR BILDUNG VON KINDERN

Pritt, die führende Marke für Verbraucherklebstoffe von Henkel, hat im Rahmen der jährlichen Initiative „We craft for children“ 100.000 Euro an UNICEF gespendet, um die Bildung von Kindern in Notsituationen zu ermöglichen. Mit diesem Beitrag können 660 „School-in-a-Box“-Kits finanziert werden, die mehr als 26.000 Kindern in humanitären Krisengebieten in ganz Afrika grundlegende Schulmaterialien bereitstellen und ihnen helfen, weiterzulernen und wieder etwas Normalität zu erleben. Während Pritt seit 1969 Kreativität fördert, erweitert die 2019 gestartete Initiative „We craft for children“ diese Mission weltweit. Sie unterstreicht das Engagement der Marke für hochwertige Bildung – damit Kinder durch Lernen und Spielen ihre Fantasie entfalten, kreativ sein und sich eine bessere Zukunft aufbauen können.

### HILFE FÜR DIE WALDBRANDOPFER IN KALIFORNIEN

Nach den verheerenden Waldbränden im Los Angeles County, USA, leistete Henkel umfassende Unterstützung, indem betroffene Mitarbeiter:innen mit Versorgungspaketen ausgestattet wurden. Zudem engagierten sich lokale Teams aktiv beim Wiederaufbau: Sie spendeten an den Professional Beauty Association Disaster Relief Fund, organisierten gemeinsam mit der Los Angeles Regional Food Bank Sammelaktionen für Körperpflegeprodukte und machten lokale Hilfsorganisationen über soziale Medien sichtbar. So unterstützten sie betroffene Gemeinschaften, Ersthelfer und Kleinunternehmer beim Wiederaufbau.

### HILFE FÜR DIE OPFER DER ÜBERSCHWEMMUNGEN IN TEXAS

Im Jahr 2025 reagierte Henkel schnell auf die schweren Sturzfluten in Texas, USA. Wir unterstützten die San Antonio Food Bank mit Geldspenden und wichtigen Pflegeprodukten, die gemeinsam mit lokalen Notfall Helfern an Betroffene verteilt wurden. Weitere Produktspenden gingen an den Spirit of Giving Fund, der Menschen beim Wiederaufbau unterstützt und ihnen unmittelbare wie auch beständig Hilfe bietet.



## Ausblick

Bildung ist ein zentraler Motor für sozialen Fortschritt: Sie eröffnet Chancen, reduziert Ungleichheiten und stärkt die Fähigkeit von Einzelpersonen und Gemeinschaften, Resilienz aufzubauen und ihre Zukunft aktiv zu gestalten. Unser Ansatz konzentriert sich daher auf den Ausbau gemeinschaftsorientierter Bildungsprogramme, die Förderung des ehrenamtlichen Engagements unserer Mitarbeiter:innen und die Befähigung von Menschen, sich für Nachhaltigkeit einzusetzen.

Auf dieser Grundlage entwickeln wir unsere Bildungssäule konsequent weiter – mit einem stärkeren Fokus auf Wirkung, Engagement und Zukunftsfähigkeit. Während Bildung in der Gemeinschaft und Freiwilligenarbeit weiterhin im Mittelpunkt stehen, rücken wir zunehmend die Frage in den Fokus, wie Lernen die Fähigkeiten, Denkweisen und Kompetenzen vermittelt, die Menschen in einer sich schnell verändernden Welt benötigen.

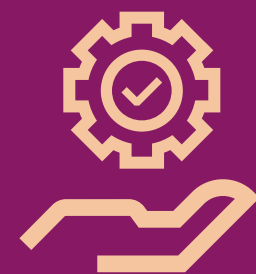
## Neue Commitments 2030



**Förderung eines umfassenden und wirkungsvollen ehrenamtlichen Engagements unserer Mitarbeiter:innen in ihren Gemeinschaften**



**Unsere Mitarbeiter:innen für Nachhaltigkeit motivieren und aktivieren**



**Aufbau einer zukunftsfähigen Belegschaft, indem wir Kompetenzen wie Nachhaltigkeit, digitale Fähigkeiten und adaptive Führung gezielt in unsere Lernkultur integrieren**

Das rasante Tempo des technologischen und gesellschaftlichen Wandels verändert die Fähigkeiten, die in allen Branchen und Gemeinschaften benötigt werden. Bildungssysteme müssen sich daher schnell weiterentwickeln, um relevant und inklusiv zu bleiben. Künftig werden wir unsere Systeme stärker darauf ausrichten, Fortbildung für Mitarbeiter:innen, gesellschaftliches Engagement und Nachhaltigkeitsprioritäten miteinander zu verbinden.

Zugleich bleibt es eine zentrale Aufgabe, sicherzustellen, dass Bildungs- und Freiwilligeninitiativen in allen Regionen zugänglich, relevant und wirkungsvoll sind. Unser Ziel ist es, Bildung noch gezielter zu einem Hebel für Innovation und Chancengerechtigkeit – sowohl innerhalb von Henkel als auch in der Gesellschaft – zu machen.

## KPIs und Daten

Alle weiteren quantitativen Informationen sind im Kapitel „Kennzahlen“ zu finden.

**Kennzahlen**





# DIE FORSCHERWELT FEIERT IHREN 15. GEBURTSTAG

Die Forscherwelt von Henkel bringt seit 2011 an unserem Standort in Düsseldorf jungen Lernenden die Welt der Wissenschaft lebendig näher. Als internationale Bildungsinitiative unterstützt sie unser Unternehmensziel „Pioneers at heart for the good of generations“ und ermutigt Kinder, wissenschaftliche Konzepte durch praktische Experimente und forschendes Lernen zu entdecken. Das didaktische Konzept wurde gemeinsam mit Bildungsexpert:innen und Fachleuten aus unserer Forschung entwickelt. Speziell geschulte Forscherwelt-Lehrkräfte machen komplexe Inhalte verständlich und greifbar. Die Lernmodule basieren auf der Expertise von Henkel und konzentrieren sich auf Themen wie Klebstoffe, Reinigungsmittel, Körperpflegeprodukte und Nachhaltigkeit. Kinder haben zudem die Möglichkeit, mit Expert:innen in Kontakt zu treten und so authentische Einblicke in die Welt der Wissenschaft zu erhalten. Der Standort Düsseldorf bietet eine kindgerechte Lernumgebung, die Experimentierbereiche mit Räumen für Bewegung, Reflexion und Kreativität verbindet.

Seit 2014 hat die Forscherwelt weltweit expandiert. Mehr als 20 Länder haben seit 2011 an Programmen teilgenommen – darunter mobile Schulformate, Kurse mit Partnerorganisationen und digitale Angebote unter dem Motto „Forscherwelt to GO“.



**„In unserer Welt gibt es unendlich viel zu entdecken. Deshalb stehen Neugier, der Mut, Fragen zu stellen, und die Freude am Forschen im Mittelpunkt unserer Initiative ‚Forscherwelt‘, die das Interesse von Kindern an den Naturwissenschaften weckt.“**

**Dr. Simone Bagel-Trah,  
Vorsitzende des Aufsichtsrats &  
Gesellschafterausschusses  
von Henkel**

## Highlights 2025:

### DEUTSCHLAND

Neues Format nach erfolgreichem Pilot: der Eltern-Kind-Kurs „Kleine forschen mit den Großen“, das erste Lernangebot für Mitarbeiter:innen und ihre Kinder.

### SÜDAFRIKA

Beim Forscherwelt-Tag in Kooperation mit Play Africa wurden 50 Kinder mit spielerischen, praxisnahen Experimenten an die Welt der Wissenschaft herangeführt.

### UKRAINE

Ein pädagogisches Webinar in Zusammenarbeit mit der Forschungsstation Vernadsky in der Antarktis, das zentrale Erkenntnisse über Klimawandel und Gletscherschmelze vermittelt.

### VEREINIGTES KÖNIGREICH

Offizieller Start der Forscherwelt in Großbritannien mit dem ersten Forscherwelt-Familientag am Henkel-Hauptsitz.

### INDIEN

Das Forscherwelt-Programm wurde mit einem eigenen Labor an einer lokalen Schule neu gestartet und betreut mehr als 40 umliegende Schulen. Ein besonderes Highlight: Henkel-Mitarbeiter:innen engagieren sich dort als freiwillige Trainer:innen.



# WOHLERGEHEN



## Highlights 2025

**+ 59%**

sicherer pro eine Million  
Arbeitsstunden  
(vs. 2010)

**> 90%**

der Mitarbeiter:innen durch  
globale Gesundheitsaktionen  
erreicht

**> 2.800**

Mitarbeiter:innen, die weltweit  
als Mental Care Scouts  
ausgebildet wurden

Aktuelle globale Krisen haben den Blick auf das Wohlergehen geschärft – auch im Arbeitsumfeld. Deshalb verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz, bei dem physische, mentale und soziale Aspekte untrennbar zusammengehören.

## Fokus-Themen

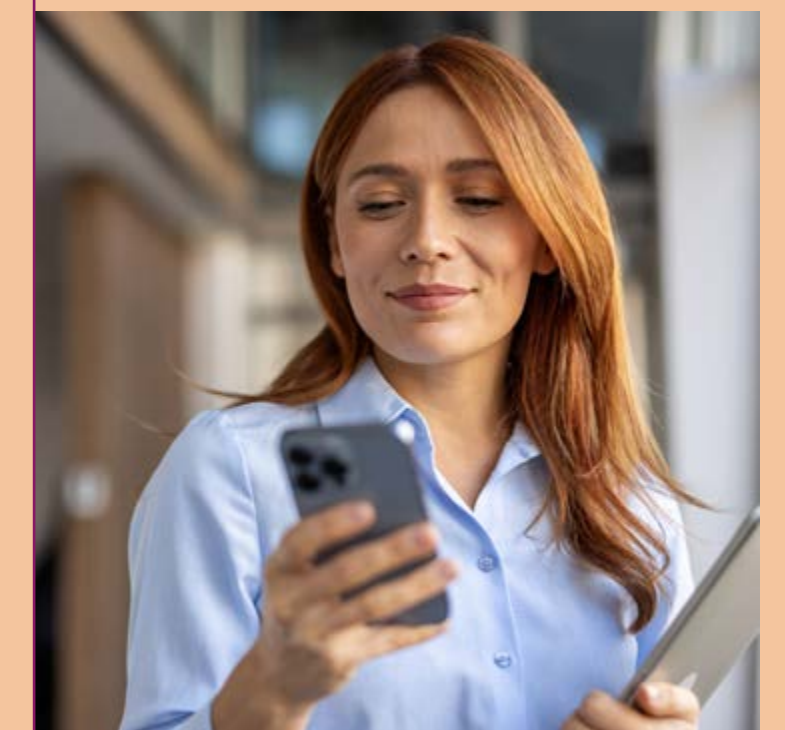
### Gesundheits- schutz und -förderung am Arbeitsplatz



### Arbeits- sicherheit



### Die Zukunft der Arbeit gestalten



## Unser strategischer Ansatz: Das Wohlergehen stärken

Es wird zunehmend deutlich, welche zentrale Rolle der Arbeitsplatz für unser Wohlergehen spielt. Um ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das Kreativität fördert und Resilienz stärkt, gestalten wir unsere Arbeitsplätze gezielt nach den Bedürfnissen unserer Mitarbeiter:innen. Bei der Umsetzung unserer Strategie für das Wohlergehen legen wir dabei einen besonderen Fokus auf die psychische Gesundheit und nutzen bewusst die Potenziale digitaler Tools. Mit wachsendem Wissen und Verständnis für das Wohlergehen unserer Mitarbeiter:innen verankern wir Wohlergehen weiterhin konsequent und ganzheitlich auf Basis unserer „**Safety, Health and Environmental Protection (SHE)**“-Standards [↗](#) in unserer Unternehmenskultur.

## Gesundheitsschutz und -förderung am Arbeitsplatz

Wir unterstützen die Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen durch den

Aufbau einer agilen, leistungsstarken Organisation.

Globale Mindeststandards für Gesundheitsschutz und Gesundheitsförderung werden lokal durch regionales Gesundheitsmanagement und medizinische Expertise umgesetzt. Regelmäßige Austauschformate helfen dabei, Strategien weltweit zu koordinieren und die Zusammenarbeit innerhalb unseres Gesundheitsteams zu stärken.

Unsere Dienstleistungen zielen darauf ab, durch den Schutz der körperlichen und geistigen Gesundheit zum Wohlergehen der Mitarbeiter:innen beizutragen. Auf Basis einheitlicher, risikobasierter Grundsätze stärken wir Prävention, Früherkennung und Resilienz. Dazu führen wir standortspezifische Risikobewertungen und Gesundheitsuntersuchungen durch, um biologische, chemische und physikalische Gefahren wie Keime, Staub oder Lärm zu minimieren und psychologische Risiken etwa durch Nacht- oder Schichtarbeit zu bewerten.

Eine standortübergreifende medizinische Notfallvorsorge stellt eine schnelle und wirksame Reaktion auf medizinische Notfälle sicher. Prävention und Früherkennung arbeitsbedingter Erkrankungen werden durch eine arbeitsmedizinische Überwachung gewährleistet, die auf einer Risikobewertung des Arbeitsplatzes

basiert und physische, chemische, biologische und psychosoziale Risiken berücksichtigt. Ergänzend setzen wir präventive Gesundheitsmaßnahmen um, um Krankheitsrisiken zu reduzieren und die Resilienz der Mitarbeiter:innen zu stärken – etwa durch Gripeschutzimpfungen zur Pandemievorsorge. Unsere globale Gesundheitskampagne schafft einen gemeinsamen Rahmen für Gesund-

heitsförderung, stärkt das Bewusstsein und unterstützt gesundheitsbewusstes Verhalten.

Gesundheitsmaßnahmen werden weltweit überwacht und regelmäßig berichtet. Standorte mit einem ganzheitlichen Ansatz für Gesundheit und Wohlergehen können ein internes Gesundheitszertifikat erhalten.



## Unsere Ziele und Ambitionen 2025

### Ziele:



**+ 60 % sicherer pro eine Million Arbeitsstunden (2025)**

Zielerreichung 2025:

**+ 59 %**

Basisjahr: 2010

Zieljahr: 2025



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

Zielerreichung 2025:

**> 90 %**

Ziel: jährlich

### Ambition:



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

## MY RHYTHM OF LIFE – GLOBALE GESUNDHEITSKAMPAGNE 2025

Wir beteiligen uns an zahlreichen Initiativen zur Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz, etwa zur Sensibilisierung für psychische Gesundheit. Im Jahr 2025 startete Henkel die globale Gesundheitskampagne „My Rhythm of Life“, die Mitarbeiter:innen dazu ermutigt, in einer zunehmend schnelllebigen Arbeitswelt Balance und Wohlergehen zu finden. Die Kampagne wurde am Weltgesundheitstag 2025 im Rahmen unseres Smart-Work-Konzepts „Let’s get healthy“ vorgestellt und umfasste drei Schwerpunkte: „Take a Breath“



mit Fokus auf Stress, Lungengesundheit und mentale Resilienz; „Listen to Your Heart“ verbindet Mitarbeiter:innen durch Momente, in denen sie sich bewusst mit der Gesundheit und ihrem Einfluss aufs Leben beschäftigen, sowie „Be Unique – Be You“, das in Webinaren und Workshops individuelle Gesundheitsbedürfnisse – einschließlich Frauengesundheit – adressiert. Aktivitäten wie Breathwork, Angebote zur Stress- und Burnout-Prävention sowie Live-Gespräche mit Psycholog:innen förderten Selbstwahrnehmung, Mitgefühl und Gemeinschaft. Weltweit nahmen Mitarbeiter:innen an Veranstaltungen und interaktiven Workshops teil, um ihre körperliche und mentale Gesundheit und zugleich die Beziehungen am Arbeitsplatz zu stärken.



## Unsere Mitarbeiter:innen unterstützen

Wir führen jährlich weltweit eine Gesundheitsumfrage durch, um die Verfügbarkeit der Gesundheitsinfrastruktur sowie die Einhaltung und Umsetzung der definierten Anforderungen zu überprüfen. Über unsere Plattform für Gesundheit und Wohlergehen „MyCare“ erhalten wir zudem Feedback von Mitarbeiter:innen zu ihren Gesundheitsbedürfnissen und ihrem Wohlergehen am Arbeitsplatz. Die Ergebnisse werden auf regionaler und nationaler Ebene ausgewertet und fließen in Aktionspläne mit einem ganzheitlichen Fokus auf körperliche Gesundheit, psychische Gesundheit und Resilienz ein. Wir haben unsere Employee Assistance Programs (EAP), insbesondere für die Unterstützung der psychischen Gesundheit, kontinuierlich ausgebaut und deren Qualität verbessert. Wir bieten unseren Mitarbeiter:innen auch spezifische Trainingsprogramme – sogenannte Health Scouts – an und schulen Manager. Dazu zählen Mental Scouts für psychisches Wohlergehen sowie Ergo Scouts, etwa für Belastungsverletzungen. Diese Scouts fungieren als Botschafter:innen und Multiplikator:innen für Gesundheit und Wohlergehen. Jährlich erweitern wir unsere globalen Gesundheitskampagnen um neue Schwerpunktthemen, um die

Unterstützung kontinuierlich auszubauen.

„MyCare“ ist ein zentraler Bestandteil unserer Smart-Work-Strategie und bietet generationenübergreifend Programme zur Förderung der körperlichen und geistigen Gesundheit mit wachsendem Fokus auf Prävention und individuelle Unterstützung – etwa zu Work-Life-Balance, Achtsamkeit, Ernährung, Fitness oder Stressmanagement. Ziel ist es, Stigmatisierung abzubauen, das Bewusstsein für Vielfalt und Inklusion zu schärfen und ein unterstützendes Arbeitsumfeld zu schaffen. Ergänzend hilft unser Sozialdienst-Team Mitarbeiter:innen – auch psychologisch – bei persönlichen Herausforderungen, etwa bei der Pflege von Angehörigen.

## Arbeits-sicherheit

Arbeitssicherheit innerhalb unseres Unternehmens und entlang unserer Wertschöpfungskette hat bei Henkel oberste Priorität. Wir verfolgen konsequent das langfristige Ziel, Unfälle zu vermeiden und die Arbeitssicherheit kontinuierlich zu verbessern. Dafür investieren wir gezielt in Schulungen zur Sensibilisierung, in den Ausbau technischer Sicherheitsstandards und in die konsequente Einhaltung unserer **SHE-Standards** [↗](#)

durch Mitarbeiter:innen, Subunternehmer und Partner an unseren Standorten.

Schulungen auf allen Ebenen stärken Wissen, Fähigkeiten und eine gelebte SHE-Kultur. Maßgeschneiderte Lernformate, verbesserte Prozesse und klare interne Kontrollen unterstützen die Integration von SHE in den Arbeitsalltag. Eine weiterentwickelte globale Governance-Struktur erhöht die Effizienz, Transparenz und Zusammenarbeit und stärkt die gemeinsame Verantwortung für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt.





### UNITE IN SAFETY – INSPIRE WITH ACTION

Henkel feierte den Welt-Sicherheitstag im Jahr 2025 mit Aktivitäten an Standorten weltweit, um die Arbeitssicherheit zu stärken und eine Kultur der Verantwortung zu fördern. Unter dem Motto „Unite in Safety – Inspire with Action“ beteiligten sich Mitarbeiter:innen an standortspezifischen Sicherheitsrundgängen, Workshops, Spielen und kreativen Formaten. Die Initiative betonte an allen Standorten, dass Sicherheit ein gemeinsames Engagement und eine persönliche Verantwortung ist – und stärkte so Bewusstsein, Zusammenhalt und den Austausch unter Kolleg:innen.

### SHE-TAGE: #SAFETY MATTERS

Wir bieten unseren Mitarbeiter:innen gezielte Schulungen zu Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE) an. Die jährlichen SHE-Tage bei Henkel ermöglichen praxisnahe Erfahrungen in diesen Bereichen. Im Jahr 2025 bot die Veranstaltung am Standort Düsseldorf ein interaktives Format, das offenen Dialog, Wissensaustausch und die Zusammenarbeit unter Kolleg:innen förderte. Mitarbeiter:innen aus der Produktion des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies durchliefen von Expert:innen begleitete Stationen, an denen sie praktische Fähigkeiten erwarben – von persönlicher Schutzausrüstung und Notfallmaßnahmen bis hin zu sicherer Lagerung und Fußgesundheit. Der Tag begann mit einer Begrüßung, die den SHE-Tag als bewusste Pause hervorhob, um sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: die Sicherheit von Kolleg:innen, ihren Teams und Familien. Der SHE-Tag verdeutlichte, dass Sicherheit nicht nur vermittelt, sondern täglich gelebt werden muss – und das Gelernte unmittelbar im Arbeitsalltag angewendet werden kann.

# SHE DAYS

 | #safety  
#matters

## Die Zukunft der Arbeit gestalten

Bei Henkel wird Leistung an Ergebnissen gemessen – nicht an Präsenz. Seit vielen Jahren setzen wir auf vertrauensbasierte, flexible Arbeitsmodelle, darunter Teilzeioptionen, flexible Arbeitszeiten, mobiles Arbeiten und moderne Arbeitsplatzkonzepte. Unsere globale Work-Life Flexibility Charter unterstreicht diesen Ansatz seit 2012, wobei Manager aktiv flexible Arbeitsmöglichkeiten unterstützen.

Unser ganzheitliches Smart-Work-Konzept definiert das Zusammenspiel von Büro- und mobiler Arbeit neu. Es schafft inspirierende Räume für Zusammenarbeit, stärkt Gesundheitsangebote und nutzt digitale Möglichkeiten. Gemeinsam mit unseren Mitarbeiter:innen gestalten wir die Arbeitswelt der Zukunft entlang der vier Säulen: „Let’s get mobile“, „Let’s get inspired“, „Let’s get healthy“ und „Let’s work digitally“.

### SMART WORK

Das Smart Work@Office-Konzept von Henkel gestaltet Arbeitsplätze weltweit neu und schafft Umgebungen, die Zusammenarbeit, Wohlergehen und Produktivität gezielt fördern. Neu gestaltete Büros in Hongkong, den Niederlanden, Neuseeland und Thailand bieten ergonomische Arbeitsplätze, flexible Bereiche für Zusammenarbeit sowie Angebote wie Stillräume und Schutzräume, die das Wohlergehen der Mitarbeiter:innen und die Vielfalt unterstützen. Durch die Verbindung globaler Smart-Work-Standards mit lokalen Designelementen entstehen Arbeitsumgebungen, die Austausch und Kreativität stärken und zugleich effizientes hybrides Arbeiten und Nachhaltigkeit fördern.





## Ausblick

Die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter:innen an allen Standorten haben höchste Priorität und bleiben ein zentraler Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit. Klassische Kennzahlen wie die Unfallhäufigkeit (Lost Time Incident Rate) sind wichtige Indikatoren für Sicherheitsergebnisse. Gleichzeitig zeigt die Erfahrung, dass die Vermeidung schwerer Schäden ein umfassenderes, proaktives Verständnis von Gesundheit und Sicherheit erfordert – mit Fokus auf Kultur, Verhalten und gezielte Risikovermeidung.

Unser Ansatz für Wohlergehen geht daher über physische Sicherheit hinaus und integriert zunehmend psychisches und soziales Wohlergehen. Dies spiegelt das wachsende Bewusstsein für psychosoziale Risiken, veränderte Arbeitsmodelle und die Notwendigkeit wider, Gesundheit ganzheitlich und nachhaltig zu fördern.

Aufbauend auf unserer Arbeit mit Kleinbauern und -bäuerinnen in der Palmölindustrie erweitern wir unseren Fokus, um auch die Lebensgrundlagen vulnerabler Beschäftigter und Gemeinschaften entlang unserer Wertschöpfungskette zu stärken.

Dabei berücksichtigen wir, dass sich Risiken und Chancen für das Wohlergehen über Sektoren, Regionen und nachgelagerte Auswirkungen im Zusammenhang mit unseren Produkten erstrecken.

Gesundheit und Sicherheit sind entscheidend für ein agiles, leistungsstarkes Unternehmen. Aufgrund der zunehmenden Komplexität von Betriebsabläufen, Lieferketten und Arbeitsmodellen erfordert die Prävention schwerer Schäden kontinuierliche Aufmerksamkeit, Qualifizierung und Anpassung. Eine starke Sicherheitskultur ist dabei ein langfristiges Ziel und keine einmalige Maßnahme.

Auch künftig entwickeln wir unseren Ansatz weiter, um Fürsorge, Verantwortung und Wohlergehen systematisch in Entscheidungsprozesse auf allen Ebenen der Organisation zu integrieren. Wir werden die Datenbasis, Erkenntnisse und Governance weiter verbessern und stärken, um Risiken besser zu verstehen und über Fortschritte transparent berichten zu können. Und wir werden unseren Ansatz in Bezug auf Gesundheit, Sicherheit und Wohlergehen den sich wandelnden Erwartungen und Standards entsprechend kontinuierlich verbessern.

## KPIs und Daten

Alle weiteren quantitativen Informationen sind im Kapitel „Kennzahlen“ zu finden.

**Kennzahlen**

## Neue Commitments 2030



**Aufbau einer proaktiven SHE-Kultur, Reduzierung meldepflichtiger Zwischenfälle und Eliminierung ernsthafter Schadenspotenziale**



**Verbesserung der Lebenssituation vulnerabler Beschäftigter und Gemeinschaften innerhalb unserer Wertschöpfungskette**

# GEMEINSAM DIE LEBENS- GRUNDLAGEN VERBESSERN – **UNSERE PARTNER- SCHAFT MIT SOLIDARIDAD**

Die langjährige Partnerschaft zwischen Henkel und der zivilgesellschaftlichen Organisation Solidaridad spielt eine zentrale Rolle bei der Förderung einer nachhaltigeren Palm- und Palmkernölindustrie. Seit 2013 unterstützt diese Kooperation Kleinbauern und -bäuerinnen in Ländern wie Kolumbien, Ghana, Honduras, Indonesien, Mexiko, Nicaragua und Nigeria. Gemeinsam fördern Henkel und Solidaridad verantwortungsvolle landwirtschaftliche Praktiken – von klimafreundlicher Landwirtschaft bis hin zur sozialen Forstwirtschaft – und binden lokale Behörden, Forstwarder und Gemeinschaften ein, um eine nachhaltige Landnutzung voranzubringen.

Ziel der Partnerschaft ist es, eine nachhaltige und abholzungsfreie Palm(kern)ölproduktion zu stärken, die Existenzgrundlagen der Landwirt:innen zu verbessern und widerstandsfähige lokale Gemeinschaften aufzubauen.

Ergänzend zur Zusammenarbeit mit Kleinbauern und -bäuerinnen nehmen Henkel-Mitarbeiter:innen an von Solidaridad organisierten Feldbesuchen teil. Diese ermöglichen direkte Einblicke in die Arbeitsrealitäten, Herausforderungen und Perspektiven der Beschäftigten entlang der Wertschöpfungskette und helfen, Nachhaltigkeitsziele durch konkrete Erfahrungen zu vertiefen.

Mit der „2025+“-Strategie, vereinbart im November 2025, verfolgen Henkel und Solidaridad die Ziele, Mehrwert für Kleinbauern und -bäuerinnen zu schaffen, nachhaltige Lieferketten weiterzuentwickeln und positive Beiträge für Natur und Klima zu leisten. Der Fokus liegt auf Kolumbien, Indonesien und Malaysia – den wichtigsten Beschaffungsmärkten von Henkel. Die drei Schwerpunkte sind die Lebensgrundlagen der Kleinbauern und -bäuerinnen, inklusive nachhaltige Lieferketten sowie Natur und Biodiversität.

Partnerschaft seit  
**2013**

**7+**  
Länder erreicht

**> 39.900**  
Kleinbauern und -bäuerinnen erreicht



**„Seit mehr als zehn Jahren ist unsere Partnerschaft mit Solidaridad ein Katalysator für bedeutende Veränderungen. Durch eine verantwortungsvolle Beschaffung von Palm(kern)öl und eine stärkere Transparenz unterstützen wir das Wachstum der Märkte für nachhaltigere Materialien.“**

**Frank Meyer,  
CSVP R&D Henkel Consumer Brands**



# PARTNER

Wir nutzen unsere werteorientierte 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 Technologielösungen. Wir integrieren Nachhaltigkeit in unser Portfolio sowie in unsere Unternehmensprozesse und berichten gegenüber unseren Stakeholdern transparent darüber.

94	Zusammenarbeit
102	Leistung
110	Transparenz

# ZUSAMMEN- ARBEIT



## Highlights 2025

Lieferanten und  
Geschäftspartner aus  
**~ 120**  
Ländern

**~ 300**

Mitarbeiter:innen des Einkaufs-  
bereichs haben Human Rights Due  
Diligence Trainings absolviert

**> 24.000**

„Together for Sustainability“  
(TfS)-Bewertungen und -Audits  
über alle Mitgliedsunternehmen  
hinweg

Wir arbeiten eng mit Partnern entlang der Wertschöpfungskette zusammen, um die Wirkung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten zu verstärken. Seit vielen Jahren führen wir einen offenen Dialog über Themen wie verantwortungsvolle Beschaffung, ressourceneffiziente Innovationen und den umfassenden Wandel hin zu einer nachhaltigeren Zukunft.

## Fokus-Themen

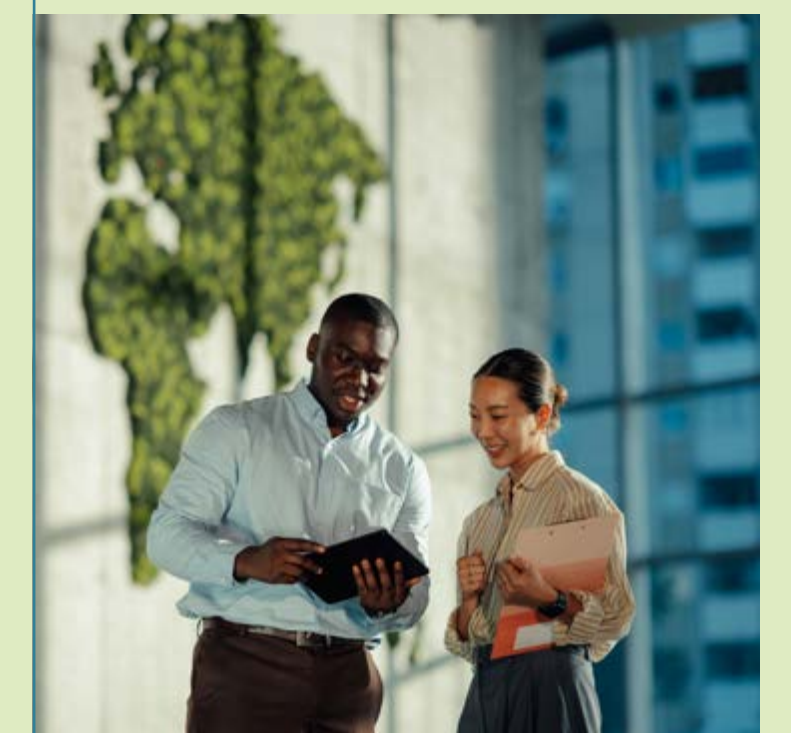
### Verantwor- tungsvolle Beschaffung



### Kooperation entlang der Wertschöp- fungskette und darüber hinaus



### Initiative „Together for Sustainability (TfS)“



## Unser strategischer Ansatz: Zusammenarbeit aktiv gestalten

Eine nachhaltige Entwicklung erfordert entschlossenes Handeln und enge Zusammenarbeit. Indem wir unterschiedliche Perspektiven und Fachkenntnisse bündeln, können wir den globalen Herausforderungen der Nachhaltigkeit begegnen und den transformativen Wandel vorantreiben. Zusammenarbeit bedeutet für uns, entlang der gesamten Wertschöpfungskette verantwortungsvoll und nachhaltig zu handeln. Mit unserem verantwortungsvollen Beschaffungsansatz verfolgen wir einen ganzheitlichen Blick, der alle relevanten Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt, die jeden Bereich unserer Geschäftstätigkeit betreffen. Dazu zählt auch die enge Partnerschaft mit unseren Lieferanten.

Unser Ansatz für eine verantwortungsvolle Beschaffung ist ein zentraler Bestandteil unseres umfassenden Engagements für die Transformation hin zu einer nachhaltigeren Wirtschaft und Gesellschaft. Wir streben danach, die Natur zu schützen und zu regenerieren, dass Menschen ein besseres Leben führen können und das Vertrauen unserer Stakeholder

zu stärken. Unsere **Responsible Sourcing Policy** [↗](#) definiert klare ökologische und soziale Standards für unsere Lieferanten – einschließlich Erwartungen an faire Arbeitsbedingungen, eine existenzsichernde Entlohnung sowie die Einhaltung aller geltenden Gesetze und, sofern relevant, Tarifverträge. Zudem unterstreicht sie unsere Verpflichtung zu branchenweiten Standards, die Arbeitszeiten regeln und Kinderarbeit verhindern – im Einklang mit international anerkannten Arbeits- und Menschenrechtsnormen.

Die Zusammenarbeit mit unseren Kunden ist ein weiterer zentraler Bestandteil unseres Nachhaltigkeitsansatzes. Wir sind überzeugt, dass sich durch gemeinsame Werte Fortschritte in den Bereichen Klima, Kreislaufwirtschaft und Sicherheit erzielen lassen. So entwickeln wir für unsere Kunden aus unterschiedlichen Industrien Lösungen, die es ihnen ermöglichen, einen größeren Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten. Weiterhin fördern wir gemeinsam mit Einzelhändlern einen nachhaltigen und ressourcenschonenden Konsum. Darüber hinaus gehen wir bewusst über klassische Geschäftsbeziehungen hinaus und arbeiten aktiv mit Stakeholdern weltweit zusammen. Durch den Austausch von Ideen, die Mitgestaltung von Diskussionen und die Entwicklung ganzheitlicher Lösungen tragen wir zu einer nachhaltigeren Zukunft bei.



### Unsere Ambition 2025



Verantwortungsvolle Beschaffung zusammen mit unseren Partnern

## Verantwortungsvolle Beschaffung

Unser verantwortungsvoller Beschaffungsansatz verankert Nachhaltigkeit in der gesamten globalen Lieferkette – zum Wohle der Menschen und des Planeten. Durch kontinuierlichen Austausch und enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten zielen wir darauf ab, nachhaltige Geschäfts-, Prozess- und Produktionspraktiken voranzubringen. Unser Einkaufsteam folgt dabei einem globalen Denkansatz und setzt die Grundsätze verantwortungsvoller Beschaffung konsequent in allen Regionen, Unternehmensbereichen und Materialgruppen um.

Unsere Strategie für verantwortungsvolle Beschaffung stützt sich auf ein solides Risikomanagement sowie robuste Compliance-Ansätze. Transparente Daten zur Nachhaltigkeitsleistung und zu potenziellen Risiken unserer Lieferanten ermöglichen faktenbasierte Beschaffungsentscheidungen, reduzieren Risiken und stärken zugleich die Zusammenarbeit im gesamten Lieferantennetzwerk. Als Teil unseres Risikomanagementansatzes erhöhen wir kontinuierlich die Transparenz über unsere vorgelagerten Lieferketten in Bezug auf Nachhaltigkeitsrisiken.

Darüber hinaus fordern wir von ausgewählten Lieferanten umfassende Transparenz über die Emissionen der an Henkel gelieferten Produkte.

Wir gehen bewusst über die Compliance hinaus, um in unserer gesamten Wertschöpfungskette eine deutliche Wirkung zu erzielen und nachhaltige Veränderungen voranzutreiben. Damit möchten wir für unsere Kunden einen langfristigen und nachhaltigen Mehrwert schaffen. In der Beschaffung leisten wir einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz, indem wir Treibhausgasemissionen reduzieren und kohlenstoffarme Lösungen fördern. Gleichzeitig unterstützen wir den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft durch die Beschaffung nachhaltiger Materialien und Verpackungen sowie durch die Anwendung von Kreislaufprinzipien. Darüber hinaus trägt unsere Beschaffung zum gesellschaftlichen Fortschritt bei, indem wir Menschenrechte achten und verantwortungsvolle Geschäftspraktiken bei all unseren Partnern fördern. Bei unserer Arbeit sind folgende vier Faktoren zentrale Kräfte: Zusammenarbeit, Transformation, Innovation und Befähigung.

### UNSERE PARTNERSCHAFT MIT SOLIDARIDAD

Ein Beispiel für die gemeinsame Förderung von Synergien und Nachhaltigkeit ist unsere langjährige Zusammenarbeit mit der internationalen zivilgesellschaftlichen Organisation Solidaridad. Diese Partnerschaft unterstützt uns dabei, Fortschritte in der Palm(kern)öl-Lieferkette voranzutreiben und vor Ort positive Veränderungen zu bewirken. So zielen wir darauf ab, eine aktive Rolle bei der nachhaltigen Entwicklung einzunehmen. Gemeinsam mit Solidaridad fördern wir eine nachhaltigere Palm(kern)öl-Landwirtschaft, die die Lebensgrundlagen von Kleinbauern und -bäuerinnen stärkt und nachhaltigere Anbaumethoden unterstützt.



### FÜR EINE UMWELTBEWUSSTERE ZUKUNFT IN ALGERIEN

Im Februar 2025 veranstaltete Henkel Algerien seinen ersten Supplier Sustainability Day. Die Veranstaltung stellte einen wichtigen Meilenstein für Algerien und die gesamte IMEA-Region dar und unterstrich die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit. Unter dem Motto „Unlock Ability in Sustainability“ kamen Lieferanten und Nachhaltigkeitsexpert:innen zusammen, um Ideen auszutauschen und neue Möglichkeiten für den Aufbau einer nachhaltigeren Lieferkette zu diskutieren. Ein besonderer Fokus lag darauf, das starke Potenzial des lokalen Marktes zu nutzen, um verantwortungsvolle und nachhaltige Praktiken weiter voranzubringen.

### SUPPLIER DIVERSITY PROGRAM

Im Jahr 2025 haben wir die Integration von Vielfalt und Inklusion in unsere Lieferantenbasis weiter gestärkt, unter anderem durch die Teilnahme an Vernetzungsveranstaltungen zur Lieferantenvielfalt. Darüber hinaus haben wir verschiedene Unternehmen mit Einkäufer:innen und Beschaffungsverantwortlichen vernetzt. So haben wir darauf abgezielt, die Geschäftsmöglichkeiten für zertifizierte Lieferanten mit vielfältigem Hintergrund zu erhöhen. Ein prägnantes Beispiel für unsere langjährige Zusammenarbeit mit verschiedenen Lieferanten ist „Agile-One“. Das von Frauen geführte Unternehmen bietet umfassende Personallösungen, die unser Engagement für Exzellenz, Innovation und Lieferantenvielfalt widerspiegeln.

Henkel überträgt seine unternehmensweiten Nachhaltigkeitsziele auf konkrete Vorgaben für das Beschaffungsteam. Diese internen beziehungsweise öffentlichen Ziele werden überprüft und regelmäßig transparent berichtet. Sie leiten unseren Ansatz im Lieferantenbeziehungsmanagement und fördern die kontinuierliche Verbesserung. Wir führen einen gezielten Nachhaltigkeitsdialog mit unseren wesentlichen Partnern. Zudem arbeiten wir gemeinsam mit Lieferanten sowie externen Expert:innen bei Klimaschutz-Initiativen mit und der verantwortungsvollen Beschaffung von Palm(kern)öl. Die jährlichen Ziele und Fortschritte werden auf unserer [Webseite](#) veröffentlicht.

Der industrieübergreifende Verhaltenskodex des deutschen Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) ist für alle unsere Lieferanten weltweit verbindlich. Der BME-Kodex basiert auf den zehn Prinzipien des UN Global Compact. Er ist international anwendbar und ist neben der [Responsible Sourcing Policy](#) mit den vertraglichen Beziehungen zu unseren strategischen Lieferanten verbunden. Zudem gilt unser Corporate Standard „Purchasing“ für alle Henkel-Mitarbeiter:innen. Der Chief Procurement Officer (CPO) ist für alle Beschaffungsaktivitäten und ein verantwortungsvolles Lieferkettenmanagement zuständig. Der CPO berichtet direkt an den Finanzvorstand.

## Verantwortungsvoller Beschaffungsprozess

Unser sechsstufiger Prozess für verantwortungsvolle Beschaffung ist ein zentrales Element unseres strategischen Risikomanagements und Compliance-Ansatzes. Er dient der Risikoidentifikation und der Festlegung geeigneter Maßnahmen zur Risikominimierung und ist fest in allen Einkaufsaktivitäten von Henkel verankert. Der Prozess reicht vom Pre-Check und der Risikobewertung bis hin zur Leistungsanalyse sowie zum anschließenden Re-Assessment oder Re-Audit. Mit diesem Verfahren erfassen wir rund 96 Prozent unserer Einkaufsausgaben in den Bereichen Verpackung, Rohstoffe und Lohnherstellung.

Unser Standardlieferantenvertrag verpflichtet Lieferanten zur Einhaltung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte. Zudem berücksichtigen wir Anforderungen zu Umwelt, Gesundheit und Sicherheit sowie Vorgaben zum deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) und zur Cybersicherheit.

Wir arbeiten gezielt mit unseren Lieferanten daran, deren Nachhaltigkeitsleistung zu verbessern – etwa durch Schulungen und gemeinsame Projekte entlang der gesamten Wertschöpfungskette. 2025 sind uns keine Verstöße seitens unserer strategischen Vertragspartner bekannt geworden, die eine Beendigung des

Lieferantenverhältnisses notwendig gemacht hätten.

Im Mittelpunkt unserer Zusammenarbeit mit Lieferanten steht die Entwicklung und Umsetzung gemeinsamer Aktionspläne zur Erreichung der Henkel-Nachhaltigkeitsziele. Dafür nutzen wir verschiedene Platt-

formen und Foren, um Innovationen für nachhaltige Produkte und Technologien voranzutreiben. Zielvereinbarungen setzen wir als Instrument ein, um nachhaltige Beschaffungs-lösungen mit unseren strategischen Lieferanten zu steuern. Im Rahmen unseres Risikomanagementansatzes arbeiten wir daran, die Transparenz

unserer vorgelagerten Lieferketten in Bezug auf Nachhaltigkeitsrisiken kontinuierlich zu verbessern.

Wie in den Vorjahren wurden interne Stakeholder und neue Mitarbeiter:innen im Einkauf zur verantwortungsvollen Beschaffungsstrategie geschult – mit besonderem Fokus auf

die Anforderungen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes. 2025 absolvierten rund 300 Einkaufsmitarbeiter:innen eine umfassende Schulung zur Human Rights Due Diligence mit Schwerpunkt auf menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten in der Lieferkette.

## Verantwortungsvoller Beschaffungsprozess

### Sechsstufiger Lieferantenmanagement-Prozess



### ADHESIVE TECHNOLOGIES SUPPLIER AWARDS 2025

Unser Unternehmensbereich Henkel Adhesive Technologies zeichnet mit seinen jährlichen Lieferantenpreisen herausragende Leistungen in seinen Wertschöpfungsketten aus. Unter dem Motto „Connecting Strategy, Excellence and Impact“ wurden bei den Awards 2025 starke Zusammenarbeit, Innovation und Zuverlässigkeit gewürdigt. Die Gewinner waren Synthomer (Nachhaltigkeit), Dow (Innovation) und Kolon Industries (Lieferketten-Resilienz).

Starke Partnerschaften sind entscheidend für den Erfolg von Henkel. Durch die enge Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten stärkt Henkel seine Lieferketten-Resilienz, treibt Innovationen voran und beschleunigt die Umsetzung von Nachhaltigkeitsaktivitäten in der heutigen herausfordernden und schnelllebigen Umgebung.



### CONSUMER BRANDS WÜRDIGT LIEFERANTEN FÜR HERAUSRAGENDE LEISTUNGEN

Bei einer Preisverleihung im Januar 2025 ehrte unser Unternehmensbereich Consumer Brands seine Top-Lieferanten für ihre herausragenden Leistungen im Jahr 2024. Moeve und Unger erhielten gemeinsam den „Sustainability Award“. Takasago, Novonosis und Wacker wurden als „Best Innovation Contributor“ ausgezeichnet, während Givaudan den „Supply Resilience Award“ erhielt. Zu den zentralen Faktoren für eine exzellente Lieferantenleistung zählen ein erstklassiges operatives Management und hervorragender Service, verbunden mit stetigen Fortschritten im Risikomanagement und im Bereich Nachhaltigkeit.



## Kooperation entlang der Wertschöpfungskette und darüber hinaus

Henkel hat 2011 die Initiative „Together for Sustainability – Chemical Supply Chains for a Better World“ (TfS) mitbegründet. Ziel von TfS ist es, die zunehmend komplexen Prozesse des Lieferkettenmanagements zu harmonisieren und den Dialog mit weltweiten Vertragspartnern zu stärken, um so eine nachhaltige und effiziente Lieferkette zu gewährleisten und zu optimieren. Lieferanten müssen dafür nur eine einzige Bewertung oder ein Audit durchlaufen, um die Anforderungen zu erfüllen. Die Audits werden von ausgewählten, unabhängigen Prüfunternehmen durchgeführt. Für die Online-Bewertungen arbeitet TfS mit EcoVadis, einem spezialisierten Anbieter für Nachhaltigkeitsratings, zusammen. Da viele TfS-Mitglieder zugleich direkte Lieferanten von Henkel sind und ebenfalls ihre eigenen Lieferanten bewerten und auditieren, erreichen wir einen vertieften Ansatz (tier n) über Nachhaltigkeitspraktiken entlang der Wertschöpfungskette.

Wir sind davon überzeugt, dass wir nachhaltigen Wandel nur durch starke Partnerschaften entlang

unserer gesamten Wertschöpfungskette vorantreiben können: vom Einkauf von Rohstoffen und Verpackungsmaterialien über Produktion, Logistik und die Anwendung unserer Produkte durch Verbraucher:innen bis hin zur Wiederverwendung in geschlossenen Materialkreisläufen.

Gemeinsam mit unseren Geschäftspartnern aus Industrie und Handel entwickeln wir zukunftsfähige Lösungen und schaffen Plattformen für den Austausch über aktuelle und kommende Themen. Wir sehen die Kooperation zwischen Industrie und Wissenschaft als zukunftsfähigen Ansatz, um die Perspektiven der Stakeholder aufzunehmen, unser Handeln an ihren Erwartungen auszurichten und gemeinsam nachhaltigen Wandel zu fördern. Unser Ziel ist es, durch diese Form der Kooperation echten Mehrwert zu schaffen – indem wir ein zukunftsorientiertes Netzwerk aufbauen, das die akademische Expertise unserer Partner mit der umfassenden Branchenerfahrung von Henkel verbindet.



### HENKEL BAUT SEINE ROLLE BEI CHEM-X AUS

Aufbauend auf der bisherigen Zusammenarbeit mit Catena-X und CX-Next geht Henkel mit Chem-X einen weiteren Schritt. Die Initiative richtet ihren Fokus auf vorgelagerte chemische Lieferketten sowie auf nachgelagerte Branchen außerhalb des Automobilsektors. Henkel ist in allen Arbeitskreisen von Chem-X aktiv – von der Standardisierung zentraler Nachhaltigkeits- und Sicherheitskennzahlen bis hin zur Entwicklung von Pilotlösungen für den Datenaustausch über Digital Material Passes (DMP) oder Digital Product Passports (DPP) für chemische Substanzen. Wesentliche Ziele bestehen darin, die Interoperabilität des DPP-Modells sicherzustellen, den Übergang vom Konzept in die praktische Umsetzung zu gestalten und ein Minimum Viable Product (MVP) zu entwickeln, um die Praktikabilität der Lösungen zu testen.



### SUSTAINABILITY DAYS

Im Juni 2025 veranstaltete unser Unternehmensbereich Consumer Brands die zweite Ausgabe seiner Sustainability Days. Während der viertägigen Veranstaltung nahmen weltweit Mitarbeiter:innen an abwechslungsreichen Sessions teil – zu Themen wie KI und Nachhaltigkeit, mentale Gesundheit, inklusive Marken, Dekarbonisierung unserer Produktion sowie Ansätze der Lebenszyklusanalyse. Alle Regionen gaben Einblicke darein, wie Nachhaltigkeit in unser Geschäft integriert wird. Insgesamt fanden 14 inspirierende Sessions statt, die von 54 internen und externen Expert:innen gestaltet wurden.



### HENKEL UND SASOL: GEMEINSAME ENTWICKLUNG VON KLEBSTOFFLÖSUNGEN MIT GERINGEREN CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN

Henkel und Sasol, ein globaler Technologieführer im Bereich der Fischer-Tropsch-Synthese, kündigten für 2025 eine strategische Partnerschaft an, die darauf abzielt, die Umweltauswirkungen von Schmelzklebstoffen zu reduzieren. Durch die Integration der neu entwickelten Sasolwax LC-Produktreihe in das Technomelt-Portfolio von Henkel für die Märkte in Europa, Indien, dem Nahen Osten und Afrika bietet Henkel fortschrittliche Klebstofflösungen mit reduziertem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, speziell für Hersteller von Konsumgüterverpackungen.

### AUSTAUSCH MIT BRANCHENFÜHRERN IN NORDAMERIKA ÜBER NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Unser nordamerikanisches Consumer Brands Nachhaltigkeits-Team arbeitet aktiv mit Kunden und zentralen Stakeholdern zusammen, um bedeutende Fortschritte im Bereich nachhaltiger Innovationen voranzutreiben. Das Team fördert Zusammenarbeit und Transparenz – unter anderem durch die Teilnahme am „Sustainable Brands“-Webinar gemeinsam mit anderen Branchenführern, wobei wir den Weg von Dial zur GreenCircle-Zertifizierung sowie die wichtige Rolle unabhängiger Drittzertifizierungen für den Aufbau von Verbrauchervertrauen aufgezeigt haben. Zudem war Henkel beim Amazon Sustainability Leadership Forum vertreten. Diese Plattformen ermöglichen es uns, Erkenntnisse auszutauschen, ambitionierte Ideen zu diskutieren und kollektives Handeln entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu fördern.



### UMWANDLUNG INDUSTRIELLER ABWÄRME IN NACHHALTIGE FERNWÄRME

Für die Stadtwerke Düsseldorf stellt die Nutzung industrieller Abwärme einen wichtigen Schritt zur weiteren Dekarbonisierung der städtischen Wärmeversorgung dar. Aufbauend auf einem gemeinsamen Projekt soll die Abwärme aus dem Henkel-Werk in Düsseldorf-Holthausen im Laufe des Jahres 2026 direkt in das Fernwärmenetz eingespeist werden. Auf diese Weise kann nachhaltige Wärme für Haushalte in den südlichen Stadtteilen bereitgestellt werden. Da Henkel diese überschüssige Wärme derzeit nicht effizient selbst vor Ort nutzen kann, erschließt das Projekt positive Potenziale. Der Bau eines Energieknotenpunkts sowie einer neuen, 3,6 Kilometer langen Pipeline, die zwei Stadtteile verbindet, waren zentrale Bestandteile des Vorhabens.

## Ausblick

Wir verfolgen weiterhin einen ganzheitlichen Ansatz, der Lieferanten, Kunden, Verbraucher:innen, branchenübergreifende Netzwerke und weitere Partner entlang der gesamten Wertschöpfungskette einbindet. Unser Ziel ist es, eine nachhaltige und innovative Versorgungsbasis zu schaffen, die den Wandel in den Bereichen Klima, Kreislaufwirtschaft, Natur und Soziales gezielt vorantreibt.

Wir bauen auf dem soliden Fundament unseres Engagements im Rahmen von „Together for Sustainability“ (TfS) und unserem verantwortungsvollen Beschaffungsprozess auf. Unser neues Ziel stärkt die Einbindung unserer Lieferanten. Dabei erweitern wir den Fokus über direkte Materialien hinaus und fördern die Zusammenarbeit mit einem breiteren Lieferantenstamm, um die Nachhaltigkeitsleistung unserer globalen Lieferketten weiter zu verbessern. Der Anteil der Ausgaben bei Lieferanten mit gültiger Bewertung oder gültigem Audit ist dabei unser zentraler Indikator für ein robustes Risiko- und Lieferantenmanagement – und gilt für alle Lieferantensegmente.

Wir setzen auf gezieltes Engagement und strategische Partnerschaften, priorisieren Bereiche mit dem größten Wirkungspotenzial und fokussieren uns auf Lieferanten, die wesentlich zur Verbesserung im Sinne der

Nachhaltigkeit beitragen. Gleichzeitig stärken wir deren langfristige Resilienz durch Kompetenzaufbau und gezielte Unterstützung. TfS dient uns dabei als Standard. Wir sind überzeugt, dass die Kombination aus Bewertungsabdeckung und Kapazitätsaufbau wirksame Hebel bietet, um die Beiträge unserer Lieferanten zu unserer Nachhaltigkeitstransformation gezielt zu aktivieren.

Wir bleiben zudem im aktiven Austausch mit unseren Kunden und Verbraucher:innen. Adhesive Technologies bietet Lösungen und Dienstleistungen, die es Kunden ermöglichen, Emissionen zu senken oder die Kreislaufwirtschaft zu stärken – auf Basis verantwortungsvoller Chemie. Consumer Brands nimmt durch gezielte Kommunikation Einfluss auf ein verantwortungsvolles Verhalten während der Produkthanwendung bei Verbraucher:innen. Dabei vertiefen wir die Zusammenarbeit nach Bedarf und bauen starke Partnerschaften auf, die unsere übergeordneten Nachhaltigkeitsziele unterstützen. Für einen zukunftsfähigen Ansatz brauchen wir enge, vertrauensvolle Beziehungen zu Kunden und Verbraucher:innen. Diese sind zentral, um unsere Ziele hinsichtlich Emissionsreduktion, Kreislaufwirtschaft und Ressourcenschonung in der Nutzungsphase unserer Produkte zu erreichen. Daher ermöglichen wir ihnen nachhaltige Entscheidungen.

## Neue Ziele und Commitments 2030

### Ziel:



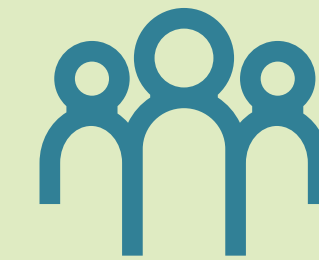
# ≥ 85 %

der bewertbaren Beschaffungsausgaben werden durch Nachhaltigkeitsbewertungen und -audits durch Dritte abgedeckt, um verantwortungsvolle Beschaffungsstandards voranzutreiben (2030)

### Commitments:



Unsere etablierten Lieferanten in Richtung einer soliden Nachhaltigkeitsreife entwickeln



Unsere Kunden und Verbraucher:innen einbinden, um nachhaltige Entscheidungen bei Produktauswahl und -nutzung zu ermöglichen

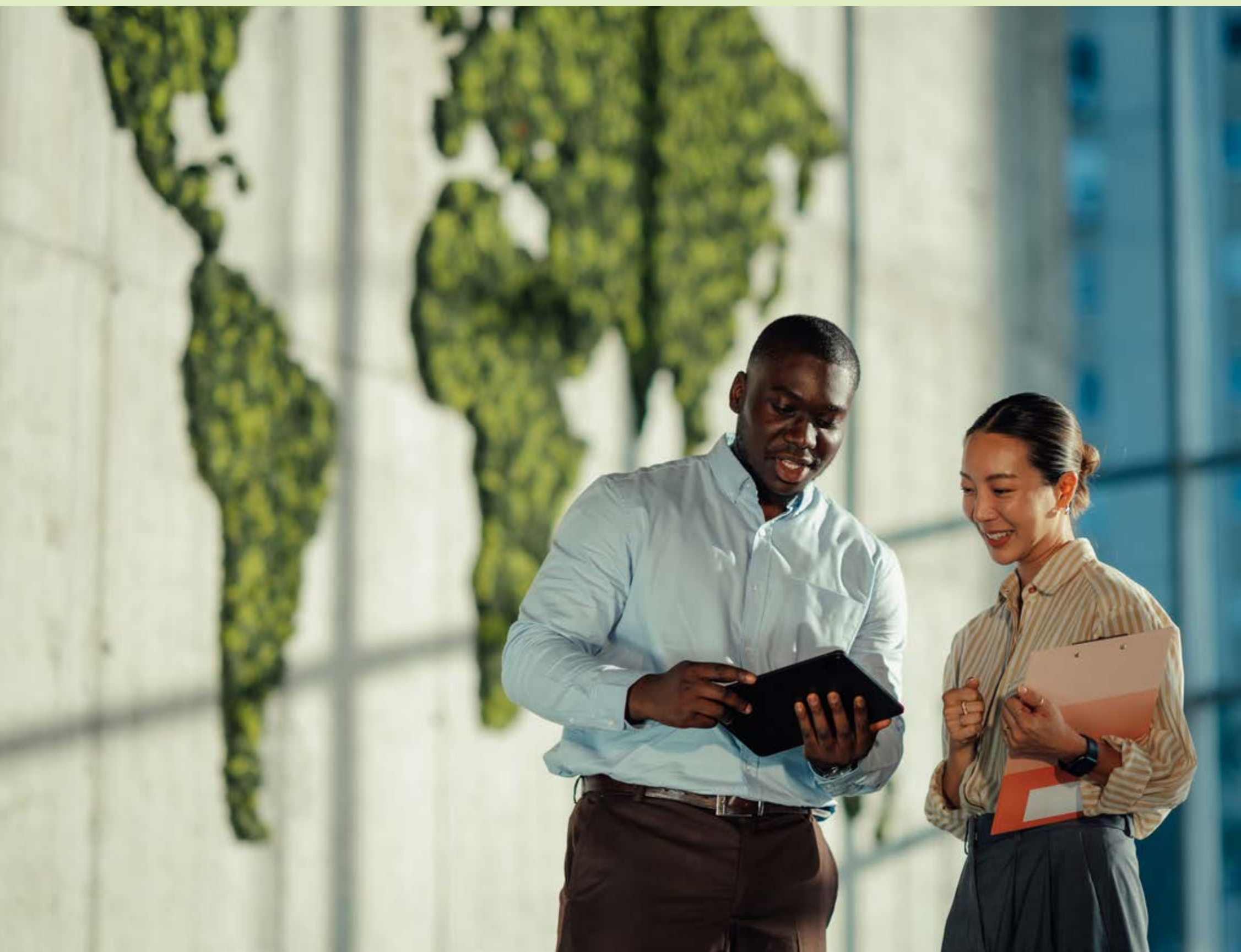
## KPIs und Daten

Alle weiteren quantitativen Informationen sind im Kapitel „Kennzahlen“ zu finden.

[Kennzahlen](#)



# TOGETHER FOR SUSTAINABILITY: NACHHALTIGE CHEMISCHE LIEFER- KETTEN VORANTREIBEN



Die 2011 von Henkel und fünf weiteren Chemieunternehmen gegründete Initiative „Together for Sustainability (TfS)“ zielt darauf ab, das Lieferantenmanagement im Bereich der Nachhaltigkeit in komplexen Lieferketten zu vereinfachen und zu harmonisieren. Ihr Grundprinzip lautet: „Ein Audit für einen ist ein Audit für alle.“ Lieferanten müssen somit nur ein Audit oder ein Assessment absolvieren – durchgeführt von unabhängigen Auditunternehmen oder online mit EcoVadis. Bewertet werden zentrale Bereiche wie Management, Umwelt, Gesundheit und Sicherheit, Arbeits- und Menschenrechte sowie ethische Unternehmensführung. Da viele TfS-Mitglieder auch selbst Lieferanten sind, reicht der Ansatz weit in die Wertschöpfungskette hinein.

Die branchenweite Zusammenarbeit hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen: Die TfS-Mitgliedschaft wuchs von 20 im Jahr 2020 auf 58 im Jahr 2025. Zudem stieg die Zahl der TfS-Bewertungen aller Mitglieder auf über 24.000 – und hat sich damit seit 2020 verdoppelt.

Ein wichtiger Meilenstein war 2022 die Veröffentlichung der Scope-3-PCF-Leitlinie, die gemeinsam mit NGOs, Branchenexpert:innen und dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) entwickelt wurde – mit fachlicher Beteiligung von Henkel. Darauf aufbauend führte TfS die PCF-

Exchange-Lösung ein, eine standardisierte Plattform für den sicheren CO<sub>2</sub>-Datenaustausch, die die Transparenz und Vergleichbarkeit in der Branche erhöht. 2025 vertieften TfS und Catena-X ihre Zusammenarbeit und veröffentlichten gemeinsam die Version 2 des PCF-Verifizierungs- und PCF-Programmzertifizierungsrahmens.

Eine weitere zentrale Säule ist die TfS-Akademie, die gezielte Schulungen zu Themen wie Gesundheit und Sicherheit, Umweltschutz, nachhaltige Beschaffung, Arbeits- und Menschenrechte sowie Governance anbietet. Die Trainings sind eng mit den Ergebnissen der TfS-Audits verknüpft und unterstützen Lieferanten bei der kontinuierlichen Verbesserung. Im Jahr 2025 hatten mehr als 340 Henkel-Mitarbeiter:innen rund 460 Kurse absolviert.

Im Jahr 2025 erweiterte TfS seine Schulungsaktivitäten durch Webinare und Fachsitzungen, die weltweit mehr als 2.590 Teilnehmende erreichten.

Insgesamt stärkt TfS mit gemeinsamen Standards, praxisnahen Instrumenten und kollektivem Handeln die nachhaltigen und widerstandsfähigen Lieferketten für Chemikalien. Die Initiative unterstützt damit verantwortungsvolle Beschaffung, den Klimaschutz sowie die Grundsätze des UN Global Compact und von Responsible Care®.

**„Gemeinsam mit unseren strategischen Partnern erweitern wir kontinuierlich unsere Reichweite und stärken unseren Einfluss auf die Nachhaltigkeitsleistung chemischer Lieferketten weltweit. TfS ist dabei der zentrale Motor, um Lieferketten und Unternehmen nachhaltiger und resilienter zu gestalten.“**

**Bertrand Conquéret,  
Chief Procurement Officer (CPO)  
bei Henkel**



# LEISTUNG



## Highlights 2025

613 Mio. €

in Forschung und Entwicklung investiert

+195 %

insgesamt effizienter – Faktor 3 (vs. 2010)

Nachhaltigkeitsportfolio-bewertungen

der Unternehmensbereiche extern auditiert

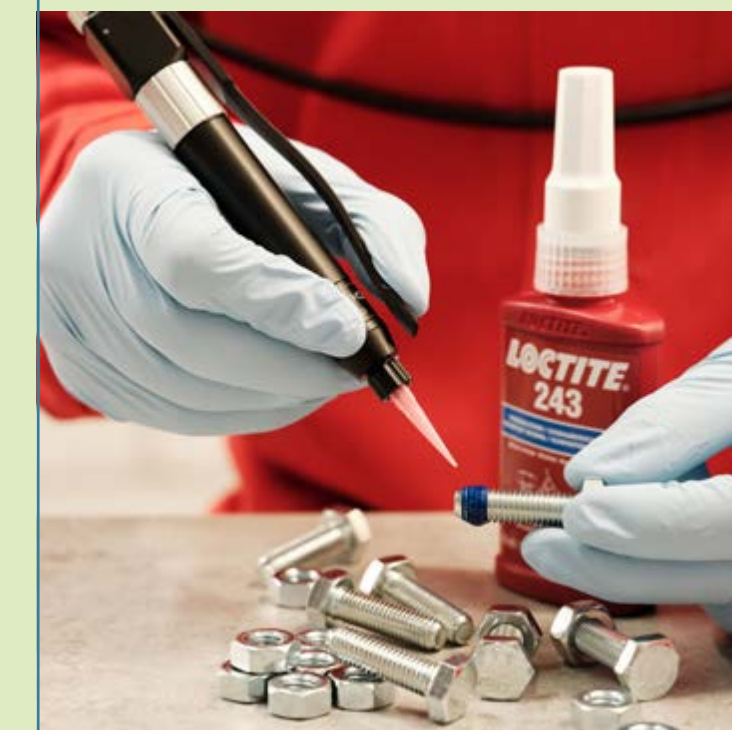
Unsere lange Erfolgsgeschichte basiert auf branchenführenden Produkten, die durch hohe Anwendungssicherheit überzeugen. So haben wir das Vertrauen unserer Kunden und Verbraucher:innen gewonnen. Dieses Vertrauen bestätigen wir kontinuierlich durch sichere und nachhaltige Innovationen.

## Fokus-Themen

### Nachhaltige Produktportfolios



### Produktsicherheit gewährleisten



### Nachhaltigkeitsportfolio-bewertungen der Unternehmensbereiche





## Unser strategischer Ansatz: Leistung steigern

Indem wir die Leistungsfähigkeit durch unsere breite Palette an Produkten und Technologien vorantreiben, ist es unser Bestreben, gemeinsam mit unseren Partnern die wirtschaftliche, ökologische und soziale Transformation zu unterstützen und aktiv voranzubringen. So können wir einen bedeutenden Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung auf lokaler wie globaler Ebene leisten – und zugleich unser Geschäft verantwortungsvoll führen sowie unseren wirtschaftlichen Erfolg weiter festigen.

Um dies zu erreichen, konzentrieren wir uns darauf, unseren Kunden und Verbraucher:innen zuverlässige, hochwertige und sichere Produkte anzubieten. Wir verankern Nachhaltigkeit sowohl in unserem Portfolio als auch in unseren Geschäftsprozessen – einschließlich unseres Innovationsprozesses. Darüber hinaus messen wir fortlaufend unseren Fortschritt in Richtung einer nachhaltigen Transformation, sowohl innerhalb unseres Produktportfolios als auch auf Unternehmensebene.

Zugleich stellen wir sicher, dass unsere Produkte bei sachgerechter Anwendung sicher für Mensch und Umwelt sind. Damit unterstreichen wir unseren Anspruch, unser Geschäft verantwortungsvoll zu führen – ein wesentlicher Faktor, um das Vertrauen in unsere Produkte zu fördern und zu erhalten. Umfangreiche Risikoanalysen und Prüfungen dienen dazu, dass die externen Anforderungen ebenso wie unsere internen Standards weltweit eingehalten werden.

Voraussetzung für eine nachhaltige und effiziente Transformation ist eine große Innovationskraft. Daher haben wir in unserem Innovationsprozess Kriterien zur Nachhaltigkeitsbewertung unserer Produkte systematisch verankert. Im Jahr 2025 arbeiteten durchschnittlich rund 2.800 Mitarbeiter:innen in Forschung und Entwicklung. Die bereinigten Aufwendungen für diesen Bereich beliefen sich auf 613 Mio. Euro.

## Unsere Ziele und Ambitionen 2025

Ziel:



**Dreimal effizienter werden – Faktor 3 (2030)**

Zielerreichung 2025:

**+195%**

Basisjahr: 2010

Zieljahr: 2030

Ambitionen:



**Kunden und Verbraucher:innen ein umfassendes Nachhaltigkeitsprofil unserer Produkte zur Verfügung stellen**



**Jedes neue Produkt leistet einen Beitrag zur Nachhaltigkeit**

## Nachhaltige Produktportfolios

Unsere beiden Unternehmensbereiche richten ihre Marken und Technologien gezielt auf die für ihr Produktportfolio spezifischen Herausforderungen im Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung aus und haben entsprechende Schwerpunkte gesetzt. Der Aspekt Nachhaltigkeit ist dabei fest in Marken-, Geschäfts- und Innovationsstrategien integriert. Neue Produkte werden systematisch mithilfe von Instrumenten wie Lebenszyklusanalysen und Materialprofilen bewertet, um potenzielle Verbesserungen bereits früh im Entwicklungsprozess zu identifizieren. Unser Ziel ist es, ein führender Nachhaltigkeitspartner für Einzelhandels- und Industrieunternehmen zu sein – mit zukunftsorientierten Lösungen, die ihnen helfen, ihre eigenen Ziele zu erreichen.

Der Unternehmensbereich Consumer Brands konzentriert sich darauf, durch leistungsstarke und nachhaltige Produkte Wert zu schaffen. Zu den zentralen Prioritäten zählen Klimaschutz, der Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft sowie transparente Verbraucherinformationen. Wir wollen nachhaltige Entscheidungen für unsere Marken aus den Bereichen Wasch- und Reinigungsmittel sowie Haar- und Körperpflege ermöglichen – unter anderem, indem wir den Recyclinganteil unserer Verpackungen erhöhen, Inhaltsstoffe auf Basis

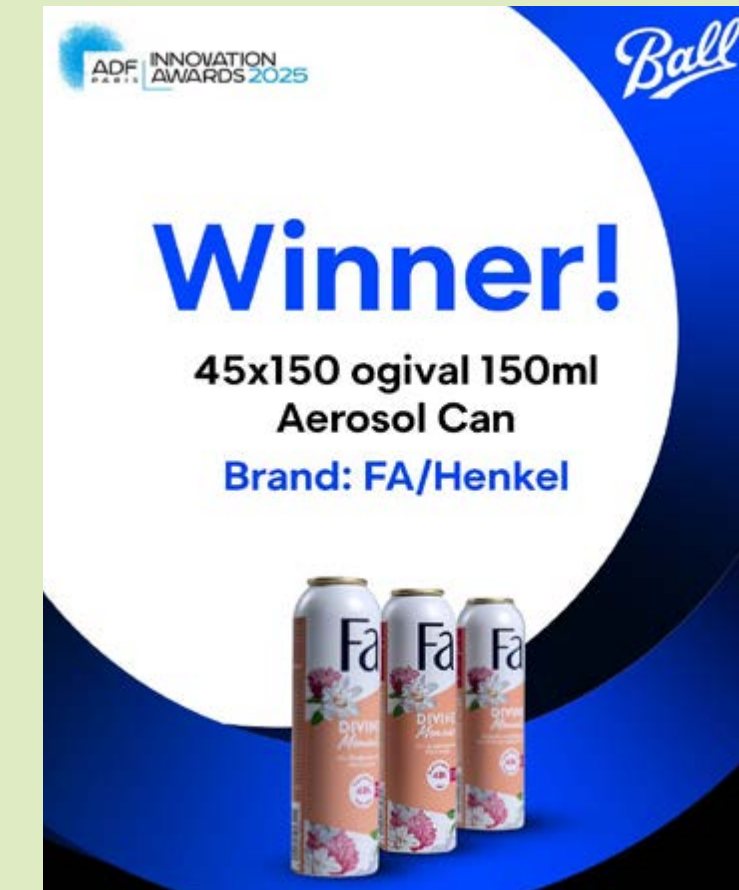
nachwachsender Rohstoffe einsetzen und eine verantwortungsvolle Produktanwendung fördern. Um Transparenz zu gewährleisten, stellen wir Informationen beispielsweise über Produktetiketten, Webseiten, soziale Medien und unsere Kundenservicekanäle bereit. Zudem arbeiten wir mit Partnern zusammen, um Produktsicherheit und eine energieeffiziente Nutzung weiter zu stärken.

Unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies entwickelt Lösungen, die Kunden in verschiedensten Branchen dabei unterstützen, ihre Nachhaltigkeitsleistung zu steigern. Mit unserem Materialwissen und wissenschaftsbasierten Innovationen tragen wir dazu bei, Emissionen zu reduzieren, die Energie- und Materialeffizienz zu erhöhen sowie Recycling und Wiederverwendung zu ermöglichen. Unsere Debonding-Technologien schaffen beispielsweise die Voraussetzung dafür, Produkte zu reparieren, wiederzuverwenden oder Materialien sauber voneinander zu trennen – und so wertvolle Ressourcen im Kreislauf zu halten. Zudem arbeiten wir kontinuierlich daran, die Produktsicherheit und die Umweltverträglichkeit zu optimieren. Dabei folgen wir den gesetzlichen Anforderungen und setzen uns für die Vermeidung bedenklicher Stoffe ein.

### NAVILENS MIGHTY PACS: ALLTAGSPRODUKTE ZUGÄNGLICHER MACHEN

Im Jahr 2025 haben wir die NaviLens-Technologie auf der Verpackung unseres Produkts all free MIGHTY PACS Original eingeführt. Die innovative Scan- und Navigations-App unterstützt die Barrierefreiheit und befähigt Menschen mit Sehbehinderungen dabei, sich besser zurechtzufinden. NaviLens ermöglicht im Alltag mehr Unabhängigkeit. Die Anwendung nutzt farbige, hochauflösende Codes, die QR-Codes ähneln. Beim Scannen gibt die App zum Beispiel akustisch Informationen über Produktnamen und Dosierungsanweisungen.

Zusätzlich zur Anpassung der Verpackung spendete die Marke all free clear 25.000 US-Dollar an die American Foundation for the Blind und unterstützt damit deren Mission, die Lebens- und Teilhabemöglichkeiten für blinde und sehbehinderte Menschen zu erweitern.



### SUSTAINABLE INNOVATION AWARD FÜR CONSUMER BRANDS UND BALL

Auf der Paris Packaging Week 2025 erhielt der Unternehmensbereich Consumer Brands von Henkel gemeinsam mit seinem Lieferanten Ball den Sustainable Innovation Award. Die Auszeichnung würdigt unsere gemeinsame Arbeit an der 150-ml-Aerosoldose von Fa. Diese Innovation ermöglichte es Fa, die leichteste 150-ml-Aerosoldose aus extrudiertem Aluminium auf dem europäischen Markt einzuführen – ein wichtiger Schritt zur Reduktion des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks durch Verpackungsmaterialien.

### NACHHALTIGE INNOVATIONEN VORANTREIBEN

Mit dem Relaunch unserer Weichspüler Vernel und Silan zeigen wir, wie zielgerichtete Innovationen ökologischen Fortschritt und hohe Verbraucherzufriedenheit erzielen können. Die neue Formel senkt den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck und bietet eine verbesserte Leistung für alle Arten von Textilien, auch für anspruchsvolle Materialien wie Sportkleidung. Durch die Kombination aus nachhaltigeren Inhaltsstoffen, verbessertem sensorischem Erlebnis und langanhaltender Frische zeigt das Upgrade, wie wir die Messlatte in der Textilpflege weiter erhöhen und zugleich den Erwartungen der Verbraucher:innen gerecht werden.



### „MY GREEN LAB“-ZERTIFIZIERUNG FÜR DAS HAMBURGER LABOR

Das House of Hair Labor erhielt die Zertifizierung „My Green Lab“ für seine Forschungseinheiten. Diese Zertifizierung fördert nachhaltige Standards in wissenschaftlichen Labors.

### HOLZWERKSTOFFE: BIOBASIERTE KLEBSTOFFE TRAGEN ZU CO<sub>2</sub>-EINSPARUNG BEI

Die Massivholztechnologie, die auf Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern basiert, bietet der Bauindustrie eine wirkungsvolle Möglichkeit, ihren ökologischen Fußabdruck zu verringern. Durch den Einsatz dieses Materials lassen sich die hohen CO<sub>2</sub>-Emissionen vermeiden, die bei der energieintensiven Herstellung von herkömmlichem Beton, Ziegeln und Stahl entstehen – ohne Abstriche bei Festigkeit, Sicherheit oder Haltbarkeit. Als führender Anbieter formaldehydfreier Klebstoffe für die Massivholztechnologie bietet Henkel unter anderem zwei der meistverwendeten Polyurethan-Klebstoffe in biobasierten Rezepturen an: Loctite HB S ECO und Loctite CR2821 ECO. Die ECO-Versionen reduzieren die CO<sub>2</sub>-Emissionen, die mit der Verklebung von Massivholz verbunden sind. Bei LOCTITE HB S ECO stammt ein Teil der organischen Masse aus ISCC PLUS-zertifizierten Materialien, die nach dem Massenbilanzansatz unter Einsatz biozirkulärer Rohstoffe hergestellt werden.



### LEICHT RECYCELBARE ETIKETTEN: NACHHALTIGE INNOVATION

Ein hartnäckiger Aufkleber kann eine Verpackung beschädigen und das Recycling erschweren. Unsere Expert:innen aus dem Unternehmensbereich Adhesive Technologies haben deshalb einen innovativen Klebstoff entwickelt, der im Haushalt zuverlässig haftet, sich im industriellen Recycling jedoch leicht ablösen lässt. So können Etiketten schneller und energieeffizienter entfernt werden – und die Kreislauffähigkeit der Verpackungen wird verbessert. Der wasserbasierte Aquence-Haftklebstoff ist für Olefin-Folienetiketten und PET-Verpackungen optimiert. Er lässt sich im Vergleich zu herkömmlichen Klebstoffen bereits bei niedrigeren Temperaturen gründlich abwaschen, was Energie spart, Kosten senkt und die Umweltbelastung reduziert. Diese Innovation wurde 2024 mit dem FINAT Sustainability Award ausgezeichnet und unterstreicht unser Engagement für nachhaltige und zugleich leistungsstarke Produkte.

### NEUER DICHTSTOFF – FEUERHEMMEND UND NACHHALTIG

Unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies führte den Dichtstoff Teroson MS 949 FR ein. Das Produkt der nächsten Generation wurde speziell für flammhemmende Anwendungen entwickelt und vereint hohe Leistungsfähigkeit, verbesserten Arbeits- und Gesundheitsschutz und eine verbesserte CO<sub>2</sub>-Bilanz. So unterstützt es unsere Kunden dabei, sowohl anspruchsvolle Leistungsanforderungen als auch ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Als primerfreie Lösung vereinfacht Teroson MS 949 FR den gesamten Klebeprozess und trägt gleichzeitig zur Senkung der Gesamtbetriebskosten bei. Darüber hinaus erfüllt der Klebstoff strenge Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften und leistet damit einen wichtigen Beitrag zu einer sicheren und verantwortungsvollen Arbeitsumgebung.



### FORTSCHRITTLICHE MATERIAL-LÖSUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT DER E-MOBILITÄT

Als vertrauenswürdiger Partner der Automobilindustrie arbeiten wir mit unserer starken Expertise und Innovationskraft eng mit OEMs, Batterieherstellern und Zulieferern zusammen. Gemeinsam entwickeln wir neue E-Mobilitätslösungen, die zentrale Herausforderungen der Branche adressieren und Fahrzeugdesigns sowie Produktionsprozesse der nächsten Generation ermöglichen. Unser wachsendes Lösungsportfolio ist speziell auf Batterien, Stromumwandlung und elektrische Antriebssysteme zugeschnitten. Wichtige Technologien sind thermische Gap-Filler, Materialien für die Batteriesicherheit, Klebstoffe und Dichtstoffe sowie funktionale Beschichtungen.



## Produkt- sicherheit gewährleisten

Alle Rohstoffe, Inhaltsstoffe und fertigen Produkte durchlaufen vor ihrer Markteinführung umfangreiche Prüfungen und Bewertungen. Diese Untersuchungen stellen die Sicherheit über den gesamten Lebenszyklus hinweg sicher – von der Herstellung über die Anwendung bis hin zur Entsorgung. Neue Produkte und Verfahren werden zusätzlich einer Sicherheitsbewertung unterzogen, die dabei hilft, notwendige Vorsorgemaßnahmen zu bestimmen. Diese Vorgaben werden kontinuierlich aktualisiert, sobald neue wissenschaftliche Erkenntnisse vorliegen. Die strengen Prüfungen werden weltweit von Expert:innen aus Produktentwicklung und Produktsicherheit durchgeführt.

Bei der Bewertung der Produktsicherheit prüfen unsere Expert:innen zunächst, ob ein Inhaltsstoff eine mögliche Gefährdung für die menschliche Gesundheit oder die Umwelt darstellt. Anschließend analysieren sie, in welchem Umfang Menschen oder Umwelt diesen Stoffen ausgesetzt sind. Erst die Kombination aus Gefährdungs- und Expositionsdaten ermöglicht eine zuverlässige Gesamtbewertung der Produktsicherheit. Stoffe mit bestimmten gefährlichen

### Bewertung der Produktsicherheit



Eigenschaften schließen wir konsequent von bestimmten Anwendungen aus. Zudem haben wir interne Anwendungsbeschränkungen, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen. Wo möglich, arbeiten wir daran, kritische Inhaltsstoffe durch sicherere Alternativen zu ersetzen – etwa durch die Umstellung von lösungsmittelbasierten auf wasserbasierte Klebstoffrezepturen.

Nach der Bewertung aller Inhaltsstoffe unterziehen unsere Expert:innen auch die Gesamt Rezeptur einer weiteren Sicherheitsbewertung. Dabei berücksichtigen sie die Eigenschaften der Einzelbestandteile, deren Konzentration im Produkt und dessen Anwendungsbedingungen. Produkte, die für die Anwendung am Menschen bestimmt sind, werden zusätzlich dermatologisch getestet. Auf Basis dieser Ergebnisse definieren wir geeignete Vorsorge- und Schutzmaßnahmen – vom Verpackungsdesign und den Benutzerhinweisen bis hin zu spezifischen Warnhinweisen oder Verwendungsbeschränkungen für Verbraucher:innen oder Fachkräfte. Zudem überwachen wir unsere Produkte kontinuierlich im Markt. Die gewonnenen Erkenntnisse fließen

laufend in unsere Bewertungen ein, um eine dauerhaft hohe Produktsicherheit sowie kontinuierliche Verbesserungen zu gewährleisten.

### Produkt Rückruf-Prozess

Obwohl unsere Produkte zahlreiche Prüfungen und Bewertungen durchlaufen, um ein hohes Maß an Sicherheit zu bieten, kann es in sehr seltenen Fällen zu unvorhergesehenen Abweichungen von unserem hohen Qualitätsstandard kommen. Um in solchen Fällen die Gesundheit und Sicherheit unserer Kunden und Verbraucher:innen bestmöglich zu gewährleisten, hat Henkel bereits 2009 einen globalen Unternehmensstandard für den Umgang mit potenziellen Produktkrisen und Rückrufaktionen eingeführt. Eine aktualisierte Version dieses Standards wurde im Jahr 2020 unternehmensweit zur Verfügung gestellt. Er definiert klare Verfahren, Verantwortlichkeiten und Richtlinien, um eine schnelle und angemessene Reaktion auf unerwartete Ereignisse sicherzustellen. Seit Ende 2020 bieten wir dazu eine digitale Schulung in mehreren Sprachen an.

### Alternativmethoden

Wir verpflichten uns dazu, unsere Haar- und Körperpflegeprodukte, Wasch- und Reinigungsmittel wie auch unsere Klebstoffe für Industriekunden sowie Konsument:innen und Handwerker:innen nicht an Tieren zu testen. In einzelnen Ländern sind Tierversuche jedoch für die Marktzulassung noch verpflichtend. Gemeinsam mit Branchenverbänden setzen wir uns aktiv dafür ein, die Behörden von einem Verzicht auf Tierversuche zu überzeugen und weltweit anerkannte tierversuchsfreie Testmethoden zu etablieren.





Durch unsere anhaltende Präsenz in entsprechenden Märkten unterstützen wir den Übergang zu alternativen Testverfahren und fördern deren internationale Akzeptanz. Obwohl wir selbst keine Tierversuche durchführen, lässt sich nicht vollständig ausschließen, dass ein Inhaltsstoff in der Vergangenheit an Tieren getestet wurde. Der Grund dafür ist, dass viele unserer Inhaltsstoffe von externen Lieferanten stammen, die regulatorische Vorgaben erfüllen müssen – etwa die europäische REACH-Verordnung (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals). Diese kann in bestimmten Fällen weiterhin Tierversuche verlangen, wenn keine anerkannten alternativen Methoden verfügbar sind.

Wo immer möglich nutzen wir anerkannte alternative Methoden oder bereits vorhandene Daten, um die Produktsicherheit ohne Tierversuche sicherzustellen. Seit mehr als 40 Jahren entwickeln und fördern wir aktiv solche Alternativen. 2005 gründete Henkel gemeinsam mit der Europäischen Kommission und Industrieverbänden die European Partnership for Alternative Approaches to Animal Testing (EPAA), die alternative Sicherheitsbewertungsmethoden im Rahmen der REACH-Verordnung vorantreibt. Zudem sind wir Gründungsmitglied der 2022 ins Leben gerufenen International Collaboration on Cosmetics Safety (ICCS), die sich weltweit für die Einführung von

tierversuchsfreien Bewertungen für Kosmetika und deren Inhaltsstoffe hinsichtlich der Sicherheit für die menschliche Gesundheit und der Umwelt einsetzt.

In den vergangenen Jahrzehnten haben wir vielfältige In-vitro-Methoden entwickelt und standardisiert – darunter das von unseren Wissenschaftler:innen entwickelte Hautmodell Phenion®. Dieses ähnelt der menschlichen Haut und ist eine verlässliche Basis, um Auswirkungen auf den Menschen tierversuchsfrei vorherzusagen. Ursprünglich für den Eigenbedarf konzipiert, steht das Phenion®-Modell heute auch externen Prüflaboren und Forschungseinrichtungen zur Verfügung und unterstützt so die Weiterentwicklung alternativer Testmethoden weltweit.



## Ausblick

Wir richten unseren Nachhaltigkeitsfokus zunehmend auf eine umfassende Transformation unseres gesamten Portfolios – ein Ansatz, der sich auch in den Strategien unserer Unternehmensbereiche widerspiegelt. Wir wollen kontinuierlich bessere Lösungen, Produkte und Dienstleistungen anbieten, die zugleich einen positiven Beitrag für Umwelt und Gesellschaft leisten und dazu beitragen, Mehrwert zu schaffen. Dank unserer langjährigen Nachhaltigkeitsexpertise können wir uns als verlässlicher, führender Partner für Kunden aus Industrie und Handel positionieren. Wir bieten zukunftsorientierte Lösungen und unterstützen unsere Kunden dabei, ihre eigenen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Senkung der Treibhausgasintensität und der CO<sub>2</sub>-Emissionen – im Einklang mit unserem **Climate Transition Plan** [↗](#).

Unsere Unternehmensbereiche setzen jeweils einen Portfoliomanagementansatz ein, um das Portfolio noch effektiver mit Blick auf Nachhaltigkeit steuern zu können. Insgesamt zielt der Ansatz darauf ab, die unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit negativen und positiven Auswirkungen für Produkte zu identifizieren.

## Neue Commitments 2030



Die Transformation unseres Portfolios vorantreiben, um den Nachhaltigkeitsbeitrag unserer Produkte zu erhöhen



Reduzierung der Treibhausgasintensität unseres Unternehmens

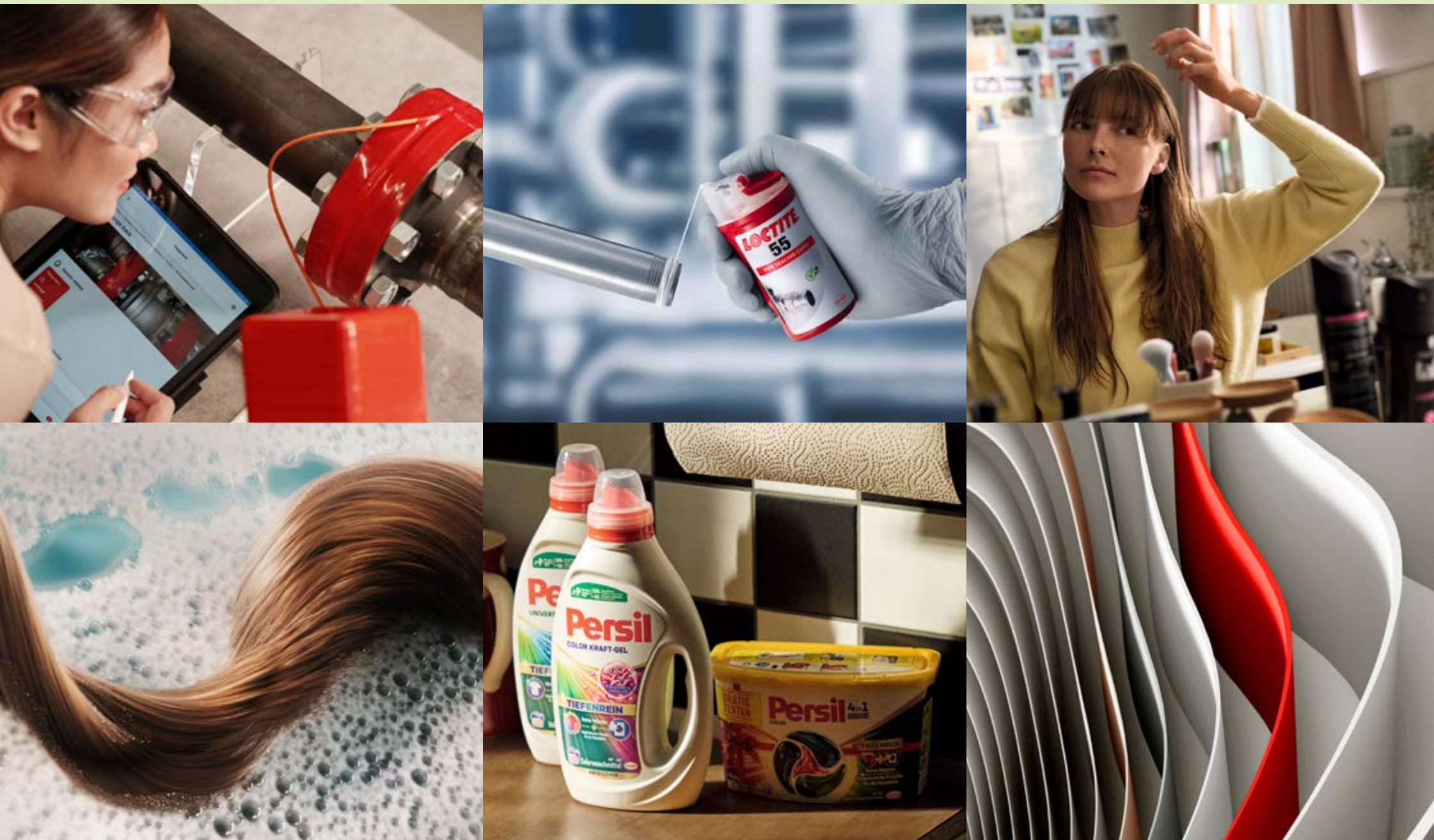
Mit unserer Verpflichtung zur Reduktion der Treibhausgasintensität unseres Unternehmens verfolgen wir weiterhin unseren Ansatz „Mehr mit weniger“. Gleichzeitig stellen wir unser Messsystem um – von der bisherigen Faktor-3-Berechnung hin zu einer Kennzahl, die bereits im Rahmen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) gefordert wird: die marktbezogenen Treibhausgasintensität auf Grundlage der Nettoumsatzerlöse. Unsere zentralen Maßnahmen zur Senkung der Treibhausgasintensität umfassen energiebezogene Klimaschutzmaßnahmen in unserer eigenen Produktion, die Entwicklung eines emissionsärmeren Produktportfolios durch optimierte Formulierungen und Eigenschaften, die Umstellung auf nachhaltigere und weniger CO<sub>2</sub>-intensive Materialien sowie eine CO<sub>2</sub>-effiziente Logistik.

## KPIs und Daten

Alle weiteren quantitativen Informationen sind im Kapitel „Kennzahlen“ zu finden.

**Kennzahlen**





# NACHHALTIGE TRANSFORMATION UNSERER **PRODUKT- PORTFOLIOS** VORANTREIBEN

Nachhaltigkeit wird zunehmend zu einem festen Bestandteil der Portfoliogestaltung und -steuerung bei Adhesive Technologies und Consumer Brands. Um Transparenz zu schaffen und messbare Fortschritte zu ermöglichen, haben beide Unternehmensbereiche robuste Bewertungstools eingeführt, mit denen sich die Nachhaltigkeitsperformance ihrer Produkte entlang der gesamten Wertschöpfungskette beurteilen lässt. Ein zentraler Bestandteil dieses Ansatzes ist die alle zwei Jahre stattfindende Bewertung des Nachhaltigkeitsportfolios. Die jüngste Bewertung erfolgte 2025 und wurde von unabhängigen Dritten geprüft – als ein deutliches Zeichen für unser Engagement für Glaubwürdigkeit und kontinuierliche Verbesserung.

## Bewertung von vier Nachhaltigkeitsdimensionen

Das Herzstück dieser beiden Bewertungsansätze ist eine ganzheitliche Methode, die Nachhaltigkeit in Innovation, Portfoliomanagement und Engagement mit Kunden integriert.

Produkte werden anhand ihres Beitrags zu vier Schwerpunktbereichen bewertet: Klima, Kreislaufwirtschaft, Sicherheit und natürliche Ressourcen. Dabei fließen auch Auswirkungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette ein – von der Rohstoffgewinnung über die Verarbeitung bis zur Nutzung des Endprodukts. Auf-

grund ihrer unterschiedlichen Portfolios setzen die Unternehmensbereiche in diesen vier Bereichen jeweils eigene Schwerpunkte. Auf Basis klarer Kriterien und belegter Nachweise werden die Produkte entsprechend kategorisiert. Dieser strukturierte Ansatz zeigt auf, wo bereits eine führende Nachhaltigkeitsleistung besteht – und wo weitere Transformation besonders wirksam sein kann.

### Klima

Reduktion der Emissionen von den Rohstoffen bis zum Ende der Produktlebensdauer (Cradle-to-Grave).

### Kreislaufwirtschaft

Kreislaufwirtschaftliche Beiträge wie recycelte und erneuerbare Materialien, kreislauffähige Verpackungen und die Förderung der Kreislaufwirtschaft in den Betrieben der Kunden im Kontext des Endproduktes.

### Sicherheit

Aktiver und positiver Beitrag zur Förderung verantwortungsvoller chemischer Praktiken und zur Verbesserung von Gesundheit und Sicherheit entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

### Natürliche Ressourcen

Erhaltung und Schutz von Umweltressourcen wie Wasser sowie biologische Abbaubarkeit von Inhaltsstoffen.


**„Unsere kürzlich aktualisierte Nachhaltigkeitsportfolio-bewertung stärkt die Art und Weise, wie wir Nachhaltigkeit in unsere Geschäftssteuerung integrieren. Mit strengeren, unabhängig geprüften Kriterien und zuverlässigen Produktdaten können wir die Wertschöpfung mit den Umweltauswirkungen in Einklang bringen und die Transparenz für unsere Kunden verbessern.“**

**Ulla Hueppe,**  
Corporate Vice President Sustainability  
bei Henkel Adhesive Technologies



# TRANSPARENZ

## Highlights 2025

  
**95 %**

Transparenz und Nachverfolgbarkeit für Palm(kern)öl

  
**100 %**

unserer Produkte können durch Lebenszyklusbetrachtungen abgedeckt werden

  
**Gold-**

Medaille im EcoVadis-Nachhaltigkeitsrating erhalten

Offene Kommunikation ist der Schlüssel zu vertrauensvollen Beziehungen. Bei Henkel verpflichten wir uns zu einer transparenten Berichterstattung und einem konstruktiven Dialog mit unseren Stakeholdern. Damit wird deutlich, wie wir Nachhaltigkeit in unser Geschäft integrieren.

## Fokus-Themen

### Messung, Bewertung und Reporting von ESG-Daten



### Sustainable Finance



### Nachhaltigkeitsbewertung durch Unternehmensbereiche



## Unser strategischer Ansatz: Transparenz fördern

Transparenz ist zentral, um verantwortungsbewusstes Handeln und unsere Nachhaltigkeitsleistung nachvollziehbar zu machen. Geschäftspartner, Verbraucher:innen und Investoren sind an nachhaltigkeitsorientierten Produkten und Lösungen interessiert und erwarten Einblick in die Auswirkungen unserer Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Auch globale Entwicklungen bei nachhaltiger Finanzierung und Regulierung verstärken diesen Anspruch.

Gleichzeitig brauchen wir klare Einblicke in unsere eigene Nachhaltigkeitsleistung, um diese wirksam steuern und den Fortschritt in Richtung unserer Ziele verfolgen zu können. Deshalb erweitern wir die digitalen Lösungen und arbeiten weltweit über Unternehmensbereiche, Funktionen und Partnerschaften hinweg zusammen. So stärken wir unsere Datenbasis und schaffen Vertrauen in unsere Ergebnisse.

Unser Anspruch ist es, Nachhaltigkeit konsequent in Governance, Prozesse und Richtlinien einzubetten

und transparente Berichterstattung, Compliance sowie Engagement zu fördern. Die Bewertung durch unabhängige Expert:innen erhöht zusätzlich die Transparenz. Da ESG-Themen für Kunden und Investoren relevant sind, unterstützen anerkannte Ratings, Rankings und Nachhaltigkeitsindizes dabei, deren Informationsbedürfnis zu befriedigen.

## Messung, Bewertung und Reporting von ESG-Daten

Um unsere Nachhaltigkeitsfortschritte über das gesamte Unternehmen und entlang der Wertschöpfungskette transparent bewerten zu können, setzen wir auf verschiedene Methoden und Instrumente. Diese entwickeln wir kontinuierlich weiter, um hochwertige Daten zur Verfügung zu haben, mit denen Auswirkungen analysiert und Verbesserungsbereiche identifiziert werden. Parallel zur Messung der Erreichung unserer Ziele optimieren wir fortlaufend unsere Managementsysteme. Dies umfasst Bereiche wie Umwelt- und Arbeitsschutz, technische Entwicklungen sowie die Reduktion von Ressourcenverbrauch und Kosten. Die Umsetzung erfolgt in enger Zusammenarbeit unserer Unterneh-

mensbereiche, Konzernfunktionen sowie der regionalen und nationalen Gesellschaften.

Zur Erstellung von Lebenszyklusanalysen nutzen wir primäre Betriebsdaten ebenso wie spezifische Informationen unserer Lieferanten, Kunden und Partner sowie verlässliche sekundäre Quellen, beispielsweise Emissionsfaktoren oder chemiespezifische Rohstoffdatenbanken wie Carbon Minds. Gemeinsam mit externen Expert:innen entwickeln wir weitere Kennzahlen wie Product Carbon Footprints (PCF). Darüber hinaus arbeiten wir daran, die nachhaltige Transformation unseres Produktportfolios messbar zu machen – etwa durch die Identifizierung von Produkten, die einen wesentlichen Nachhaltigkeitsbeitrag leisten.

Ein weiterer Fokus liegt auf der Weiterentwicklung unseres globalen Ansatzes für das Management und Reporting von SHE-Daten. Im Rahmen unserer mehrjährigen ESG-Digitalisierungsinitiative haben wir 2024 die SpheraCloud-Plattform eingeführt und 2025 um weitere Funktionen ergänzt. Die Plattform ermöglicht ein integriertes, qualitativ hochwertiges Datenmanagement über alle Bereiche und Standorte hinweg. Sphera ESM unterstützt die strukturierte Erfassung und Analyse von Umweltdaten wie Treibhausgasemissionen, Abfall, Energie- und Wasserverbrauch.

Sphera HSM optimiert die Berichterstattung zu Arbeitssicherheits- und Gesundheitsvorfällen und Beinaheunfällen. Beide Systeme bieten Echtzeit-Dashboards, automatisierte Überprüfungen und Analysen, die ein proaktives Risikomanagement und kontinuierliche Verbesserungen fördern.

Um die Wirksamkeit unserer Maßnahmen langfristig zu sichern, kombinieren wir internes Fachwissen mit externen Best Practices und setzen auf Schulungen, Change Management und eine starke Governance. Dieser integrierte Ansatz stärkt die Qualität und Transparenz unseres SHE-Reportings und bildet die Grundlage für intelligentere, sicherere und nachhaltigere Betriebsabläufe. Zugleich überprüfen wir regelmäßig unsere Managementprozesse weltweit in Verbindung mit unseren Unternehmensbereichen und Konzernfunktionen und entwickeln sie weiter.

Die Bewertung und Anerkennung unserer Leistung durch unabhängige und externe Nachhaltigkeitsexpert:innen erhöht zusätzlich die Transparenz und liefert wichtige Rückmeldungen dazu, wie wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie umsetzen.



### EINSATZ DIGITALER LÖSUNGEN FÜR UNSERE ESG-DATEN

2025 haben wir die Qualität und Effizienz unserer ESG-Daten, -Prozesse und -Tools weiter verbessert. Wir entwickelten unsere LCA-Datenbanken für die vorgelagerte Wertschöpfungskette weiter und integrierten sie in die zentrale ESG-Datenplattform. Dies unterstützt eine automatisierte Verarbeitung, robuste Data Governance sowie einen nahtlosen Austausch mit Anwendungen für die nachgelagerte Wertschöpfungskette. Für die CSRD-Berichterstattung erzielten wir Fortschritte durch die automatisierte Erfassung und Auswertung von Scope-3-Emissionen sowie Kreislaufwirtschaftsdaten. Unser Tool berechnet dabei automatisch Zu- und Abflüsse für Verpackungen und Rohstoffe. Zusätzlich entwickelten wir das CUBE Analytics Pack, das auf Basis von Vertriebsdaten Einblicke in Verpackungsströme liefert und datenbasierte Entscheidungen entlang der Wertschöpfungskette stärkt. Durch verbesserte Verpackungsstammdaten können wir die Ziele für recycelte Inhalte in Scope 3.1 präziser verfolgen. Recyda unterstützt unseren Weg zur automatisierten Design-for-Recycling-(DFR)-Berichterstattung. Mithilfe offizieller Recycling-Leitlinien bereiten wir die aktive DFR-Berichterstattung für 2026 vor – für regionenspezifische Bewertungen und ein global anpassbares Kreislaufwirtschaftskonzept.

### ECR SUSTAINABILITY EXCELLENCE AWARD FÜR ZUKUNFTS-ORIENTIERTE LÖSUNGEN

Henkel ist stolz darauf, Teil der Initiative „Data for Sustainability“ (D4S) zu sein, in der über 40 Unternehmen und 150 Expert:innen gemeinsam einen Best-Practice-Standard für die EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) zur Abfrage und Weitergabe von relevanten Daten erarbeitet haben. Das gemeinsam entwickelte Lieferanten-Compliance-Verifizierungsmodell ermöglicht eine effiziente, skalierbare Datenerfassung über Lieferketten hinweg – kompatibel mit dem „Traces“-Datenbanksystem der EU – basierend auf einer Open-Source-Architektur. Diese sektorübergreifende Zusammenarbeit und Kombination vielfältiger Perspektiven wurde mit dem ECR Sustainability Excellence Award von der Jury gewürdigt.

### HENKEL ERHÄLT ASE-AWARD IM BEREICH NACHHALTIGKEIT

Adhesive Technologies wurde mit dem Best Supplier Award 2024 von ASE Technology Holdings ausgezeichnet – in Anerkennung seines Beitrags zur Technologiestrategie und langfristigen Vision von ASE, dem weltweit führenden Anbieter von Halbleiterverpackungen und Testdienstleistungen. Zudem erhielt Henkel ein Zertifikat für seine Teilnahme am „Carbon Verification“-Projekt von ASE, das den transparenten und verantwortungsvollen Ansatz des Unternehmens in der Nachhaltigkeitsberichterstattung hervorhebt.

## Sustainable Finance

Nachhaltigkeit hat sich zu einem zentralen Faktor für Investor:innen und Finanzmärkte entwickelt, da ESG-Kriterien heute breit in Entscheidungsprozesse einfließen. Institutionelle Anleger integrieren das Thema Nachhaltigkeit in ihr Risiko- und Chancenmanagement, da sie davon überzeugt sind, dass nachhaltige Unternehmen langfristig erfolgreicher sind. Damit ist Nachhaltigkeit zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil und zu einer Kernsäule unserer Finanzierungsstrategie geworden.

Henkel zählt zu den Pionieren im Bereich Sustainable Finance. Bereits 2015 führten wir ein ESG-Rahmenwerk für das Pension Asset Management ein, das 2020 um ESG-Ratings und Benchmarks erweitert wurde. 2025 ergänzten wir zusätzliche Investitionskriterien und eine verbesserte Portfolioanalyse zur Unterstützung der Dekarbonisierung. Zudem waren wir 2018 das erste Unternehmen in Deutschland, das einen syndizierten Sustainability-Linked Loan abschloss, eine Kreditlinie, deren Zinskonditionen an die Bewertung durch Sustainalytics, EcoVadis und ISS ESG gekoppelt sind – ein Modell, das wir 2024 im Rahmen unserer Refinanzierung fortgeführt haben.

2020 emittierten wir als weltweit erstes Unternehmen einen Plastic

Waste Reduction Bond, bestehend aus zwei Tranchen – 70 Mio. US-Dollar und 25 Mio. Euro –, um Projekte zur Reduzierung von Plastikabfällen und zur Förderung der Kreislaufwirtschaft zu finanzieren. Die Anleihe wurde vollständig zugeteilt und 2025 zurückgezahlt. Darauf aufbauend legten wir 2021 unser Sustainable Finance Framework auf und emittierten 2021 und 2022 drei nachhaltigkeitsbezogene Anleihen mit einem Gesamtvolumen von mehr als 1,3 Mrd. Euro. Das Rahmenwerk ermöglicht Sustainability-Linked Bonds, deren Finanzierungskosten an Nachhaltigkeitsziele geknüpft sind, sowie Green Bonds zur Finanzierung nachhaltiger Produkte und Verpackungen. ISS ESG bestätigte die Übereinstimmung mit den ICMA-Principles für Green und Sustainability-Linked Bonds. So verankern wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie konsequent in unserer Finanzierungsstruktur, um dazu beizutragen, dass unser Wachstum ökologische und soziale Fortschritte widerspiegelt.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Verbindung von Einkauf und Finanzierung. Henkel koppelt die Nachhaltigkeitsleistung seiner Lieferanten mit den Lieferantenkreditprogrammen. Alle Programme weltweit beinhalten ESG-Kriterien und schaffen Anreize für Lieferanten, ihre Bewertung – gemessen am EcoVadis-Rating – zu verbessern und von entsprechend günstigen Finanzierungsbedingungen zu profitieren.



**„Henkel ist ein Vorreiter im Bereich Sustainable Finance und verknüpft seine Finanzinstrumente mit ambitionierten Nachhaltigkeitszielen. Unsere Wettbewerbsfähigkeit am Kapitalmarkt ist zunehmend an unseren Fortschritt im Bereich Umwelt und Soziales gekoppelt, was langfristigen Wert für Investor:innen schafft.“**

**Marco Swoboda**  
Mitglied des Vorstands  
Finanzen, Einkauf, Digital/IT  
und Global Business Solutions

## Nachhaltigkeitsbewertung durch unsere Unternehmensbereiche

Wir arbeiten daran, die nachhaltige Transformation unseres Produktportfolios messbar zu machen. Zur Bewertung zählt, diejenigen Produkte innerhalb des Portfolios zu identifizieren und abzubilden, die einen wesentlichen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten. Die Kriterien berücksichtigen die gesamte Wertschöpfungskette. Für alle Produkte mit signifikantem Beitrag sind entsprechende Nachweise erforderlich, um einen systematischen und faktenbasierten Ansatz sicherzustellen. Ein internes digitales Tool gewährleistet dabei Transparenz und Nachvollziehbarkeit aller Bewertungen und Dokumentationen.

Ein wichtiger Bestandteil unserer Analyse von Produkten sind zudem vollständige Lebenszyklusbewertungen (LCAs), die uns helfen, Umweltauswirkungen zu verstehen und zukünftige Chancen und Herausforderungen frühzeitig zu erkennen. Diese LCAs werden für repräsentative Produktkategorien oder spezifische Produkte gemäß internationalen Standards wie ISO 14040/14044, ISO 14067 und Umweltproduktdeklarationen (EPD) erstellt. Mit Simapro führen wir umfassende LCAs durch, die alle Lebenszyklusphasen und Wirkungskategorien – etwa Klimawandel, Ressourcenverbrauch oder Wasserverbrauch – abdecken. LCAs mit begrenztem Umfang (CO<sub>2</sub>-Fußabdruck „Cradle-to-Gate“) werden hingegen automatisiert über unser Henkel Environmental Assessment Reporting Tool (HEART) erstellt. So können wir 100 Prozent unserer Produkte durch LCAs abdecken.



### PODCAST-SERIE „SUSTAINABLE SESSIONS“ GESTARTET

Die Premiummarke Authentic Beauty Concept von Henkel hat sich mit Green Salon Collective zusammengeschlossen, um die „Sustainable Sessions“ zu präsentieren – eine Reihe kostenloser Online-Podcast-Screening-Events, die darauf abzielen, Salons und Stylisten praktische Nachhaltigkeitseinblicke zu bieten. Jede Session umfasst eine 20-minütige Podcastfolge, eine Live-Frageunde mit dem jeweiligen Gast sowie einen Achtsamkeitsmoment, der zum Reflektieren und Vernetzen einlädt. In den drei bisherigen Episoden wurden Themen wie erste Schritte zu mehr Nachhaltigkeit, achtsamer Salonverkauf und die positive Entwicklung der Friseurbranche behandelt. Die Gastgeber führten dazu Gespräche mit Nachhaltigkeitsvordenkern aus realen Salons. Diese Events informieren die Fachwelt praxisnah mit umsetzbaren Tipps und geben Orientierung in puncto ethisches unternehmerisches Handeln.



### ECOBEAUTYSCORE: MEHR TRANSPARENZ FÜR NACHHALTIGE SCHÖNHEIT

Henkel engagiert sich dafür, mehr Transparenz beim Thema Nachhaltigkeit in der Kosmetikindustrie zu schaffen. Gemeinsam mit zahlreichen weiteren Unternehmen hat Henkel die Initiative EcoBeautyScore mitbegründet, die eine wissenschaftlich fundierte Umweltbewertung für Kosmetikprodukte einführt. Seit 2021 haben über 70 Unternehmen an der Entwicklung des EcoBeautyScore mitgewirkt, um eine klare Bewertung von A bis E für Produkte wie Shampoos, Conditioner und Duschgels zu ermöglichen – jeweils innerhalb ihrer Produktkategorie. Ziel ist es, die Umweltauswirkungen von Kosmetika für Verbraucher:innen verständlicher zu machen und den Vergleich verschiedener Produkte zu erleichtern.

### TRANSPARENZ UND VERTRAUEN: MEHR EPDs FÜR BAUKLEBSTOFFE

Unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies setzt sich dafür ein, die Umweltauswirkungen seiner Produkte transparenter zu machen. Im Zentrum steht ein ganzheitlicher Ansatz, der auf verlässlichen Daten, konsistenten Messmethoden und der Orientierung an internationalen Standards beruht. Ein zentraler Baustein ist das wachsende Portfolio an Umweltproduktdeklarationen (Environmental Product Declarations, EPDs) für Bauklebstoffe.



Auf Basis fundierter Lebenszyklusbewertungen erfassen die EPDs verschiedene Nachhaltigkeitsindikatoren – darunter CO<sub>2</sub>-Emissionen, Ressourceneffizienz, Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit und die Qualität von Ökosystemen. Die externe Zertifizierung sorgt für Glaubwürdigkeit und Vergleichbarkeit.

Für Kunden bietet diese Transparenz einen echten Mehrwert: Die EPDs unterstützen Green-Building-Zertifizierungen wie LEED, BREEAM und WELL und helfen, sich auf kommende Vorgaben wie die überarbeitete EU-Bauprodukteverordnung vorzubereiten, die künftig EPD-Daten für alle Bauprodukte, die in Europa verkauft werden, fordert.

Gemeinsam mit dem Zertifizierungspartner Certinalia hat Henkel bereits mehr als 50 EPDs in verschiedenen Regionen und für unterschiedliche Marken veröffentlicht.

## Transparenz in der Lieferkette

Als Teil unseres Lieferantenmanagements arbeiten wir kontinuierlich daran, die Transparenz und Rückverfolgbarkeit in unseren vorgelagerten Lieferketten zu verbessern. Dies ist für uns entscheidend, um nachhaltige landwirtschaftliche Methoden und faire Arbeitsbedingungen – etwa in der Palm(kern)ölindustrie – sicherzustellen. Deshalb ist Henkel Mitglied der 2019 gegründeten, branchenübergreifenden Initiative Action for Sustainable Derivatives (ASD), die Unternehmen zusammenbringt, um mehr Transparenz in der Wertschöpfungskette von Palm(kern)öl zu schaffen. Zudem arbeiten wir mit innovativen Partnern an der Erforschung digitaler Technologien, um die Rückverfolgbarkeit und Transparenz in der Palm(kern)ölindustrie zu verbessern. So bauen wir unser Engagement für eine nachhaltige Beschaffung weiter aus.

Wir arbeiten eng zusammen, um die Rückverfolgbarkeit gewährleisten zu können – unter Anerkennung der großen Komplexität der Lieferkette. Die zu-grunde liegenden Daten des Berichtsjahres basieren auf Einkaufsdaten des Vorjahres. Für 2025 berichten wir eine Rückverfolgbarkeitsquote bis zur Raffinerie von 95 Prozent. Die Transparenz bis zur Plantage stieg deutlich auf 79 Prozent – unterstützt durch den ver-

stärkten Einsatz von Satellitenbildern und Geodaten. Die Rückverfolgbarkeit bis zur Mühle blieb mit über 93 Prozent auf hohem Niveau, zeigte jedoch einen leichten Rückgang. Dieser ist auf eine Ausweitung auf weniger etablierte Lieferanten sowie auf temporäre Herausforderungen bei der Datenerfassung im Zuge der Vorbereitung auf die EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) zurückzuführen.

### Unser Ziel 2025



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

Zielerreichung 2025:

**95 %**

Zieljahr: 2025



## ESG-Bewertungen durch unabhängige Ratingagenturen

Die Bewertung unserer Leistungen durch unabhängige Nachhaltigkeitsexpert:innen schafft zusätzliche Transparenz – besonders vor dem Hintergrund, dass Investor:innen und Kunden ESG-Themen in den Fokus rücken. Erfolgreiche Teilnahmen an anerkannten Ratings und Rankings sowie die Präsenz in bedeutenden Nachhaltigkeitsindizes unterstützen uns dabei, diesen Informationsanforderungen gerecht zu werden.

Im Jahr 2025 erreichte Henkel im CDP erstmals die Bewertung „A“ im Bereich Klima, neben „B“ bei Wasser und Wäldern. Dies unterstreicht unser Engagement für Emissionsreduktion, verantwortungsvollen Ressourceneinsatz und den Schutz natürlicher Lebensräume. Im EcoVadis-Rating erhielt Henkel erneut eine Goldmedaille und gehört damit zu den besten fünf Prozent der bewerteten Unternehmen weltweit. Auch weitere ESG-Ratings, darunter ISS ESG, Morningstar Sustainalytics und FTSE4Good, bestätigen unsere starke Performance.





## Ausblick

Transparenz ist die Grundlage für Vertrauen – heute wie in der Zukunft. Sie bleibt das zentrale Leitprinzip unseres Handelns, sowohl innerhalb des Unternehmens als auch entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette. Dies basiert auf unserer wertorientierten Unternehmenskultur und unserer wissenschaftlich-technologischen Expertise, um unsere Leistungsfähigkeit zu stärken, unter Wahrung unserer Integrität.

Wir verfolgen das Ziel, Verbraucher:innen und Endnutzer:innen genaue und hochwertige Produktinformationen zur Verfügung zu stellen – in voller Übereinstimmung mit den geltenden lokalen und globalen Vorschriften, Kennzeichnungsanforderungen in unseren Einsatzländern und unseren internen Standards. Durch die systematische Berücksichtigung informationsbezogener Auswirkungen stellt Henkel eine transparente Produktkommunikation sicher. So ermöglichen wir es Verbraucher:innen und Endnutzer:innen, fundierte Entscheidungen zu treffen, die ihren Bedürfnissen entsprechen und zugleich ihre Gesundheit und Sicherheit gewährleisten.

Mit transparenter Berichterstattung und aktivem Stakeholderengagement streben wir danach, Vertrauen und Glaubwürdigkeit zu schaffen. Ein offener Austausch hilft uns, Erwartungen

## Neue Commitments 2030



Unsere Kunden und Verbraucher:innen nachhaltige Informationen zu unseren Produkten und Lösungen zur Verfügung stellen



Transparent berichten und unsere Strategie sowie Leistung offenlegen und aktiv mit unseren Stakeholdern in Dialog treten

und Anliegen besser zu verstehen, und stärkt die Reputation von Henkel bei Investor:innen, Kunden und weiteren relevanten Anspruchsgruppen – und damit auch die Attraktivität unserer Aktien.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, Transparenz über zusätzliche nachhaltigkeitsbezogene Produktdaten herzustellen, um informierte Entscheidungen zu unterstützen und nachhaltigeres Verhalten zu fördern. Dazu zählt unter anderem die Veröffentlichung von Cradle-to-Gate-PCFs unserer Produkte. Darüber hinaus streben wir mehr Transparenz auch bei weiteren Nachhaltigkeitsdaten an, beispielsweise bei Inhaltsstoffen auf Basis nachwachsender Rohstoffe sowie bei Verpackungen.

Auch künftig werden wir europäische und internationale Reportingstandards erfüllen und gleichzeitig unsere digitalen Berichterstattungssysteme weiterentwickeln, um die Datenintegration über die Systeme hinweg zu verbessern. Dies stärkt unsere Fähigkeit, zunehmende Transparenzanforderungen zu erfüllen, ganzheitliches Wachstum zu ermöglichen und unser Portfolio noch wirksamer unter Nachhaltigkeitsaspekten zu steuern. Außerdem werden wir auch zukünftig freiwillig zusätzliche Angaben bereitstellen.

Die Teilnahme an ESG-Ratings bietet uns eine unabhängige Bewertung durch externe Nachhaltigkeitsexpert:innen. Sie erhöht die Transparenz unseres Handelns und liefert wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung und wirksame Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

## KPIs und Daten

Alle weiteren quantitativen Informationen sind im Kapitel „Kennzahlen“ zu finden.

**Kennzahlen**

# HEART: MACHT CO<sub>2</sub>-FUSSABDRÜCKE TRANSPARENT

Um nachhaltig zu handeln, ist es wichtig, die Auswirkungen seines Handelns zu verstehen. Deshalb verfolgt Henkel einen datengesteuerten Ansatz, um CO<sub>2</sub>-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu messen und zu reduzieren. Das Henkel Environmental Assessment and Reporting Tool (HEART) geht dabei deutlich über klassische Fußabdruckberechnungen hinaus: Durch die Verbindung belastbarer Daten mit strengen Methoden macht die Plattform zentrale Nachhaltigkeitsmerkmale von Klebstoffen sichtbar und unterstützt Kunden dabei, fundierte Entscheidungen für ihre eigenen Nachhaltigkeitsstrategien zu treffen. Das schafft Transparenz, ermöglicht messbare CO<sub>2</sub>e-Reduktionen und liefert Mehrwert über die gesamte Lieferkette hinweg.

HEART berechnet heute automatisch Cradle-to-Gate-PCF-Daten für 71.000 Klebstoff-, Dichtstoff- und

Beschichtungsprodukte – einschließlich Rohstoffen, Produktion, Verpackungen und Logistik. Die standardisierte, vom TÜV Rheinland geprüfte Methodik entspricht internationalen Standards wie ISO 14067 und unterstützt Initiativen wie Together for Sustainability (TfS) und Catena-X.

2025 wurde HEART um die Emissionen aus der industriellen Verarbeitung und Nutzung von Klebstoffprodukten erweitert. Mithilfe neuer digitaler Tools können Henkel-Expert:innen jetzt die Nutzungsphase auf Basis spezifischer Anwendungsbedingungen individueller Kunden abbilden. So lassen sich nachhaltigere Optionen mit geringerem Energiebedarf, niedrigeren Betriebskosten und deutlich reduzierten Emissionen identifizieren. Das ermöglicht, nachhaltigere Produktoptionen zu identifizieren – mit geringerem Energiebedarf, reduzierten Betriebskosten und deutlich niedrigeren Emissionen.

Auf dieser Grundlage entwickelt Henkel Consumer Brands (HCB) derzeit HEART HCB, dessen Einführung für 2026 geplant ist. Das Tool soll den Cradle-to-Gate-CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von HCB-Produkten automatisiert berechnen und so skalierbare, prüfungsbereite PCF-Berechnungen im gesamten Portfolio ermöglichen. Gemeinsam markieren diese Lösungen einen wichtigen Schritt hin zu transparenter, datenbasierter Nachhaltigkeit – und stärken Henkel sowie seine Kunden und Partner auf dem Weg zu Net-Zero.

  
**71.000**

Produkte, für die die Cradle-to-Gate-PCFs automatisch durch HEART berechnet wurden



**„Die Einführung von HEART bei Henkel Consumers Brands ist ein entscheidender Schritt, um Nachhaltigkeit in Produktentscheidungen zu integrieren und eine Net-Zero-Zukunft voranzutreiben.“**

**Agnès Théé,**  
Corporate Vice President Sustainability bei  
Henkel Consumer Brands



# KENN- ZAHLEN

Unsere Kennzahlen bilden das Rückgrat einer transparenten, vergleichbaren und entscheidungsrelevanten Nachhaltigkeitsberichterstattung. Sie quantifizieren unsere Leistung und ermöglichen es uns, die Fortschritte in Bezug auf die in unserer Nachhaltigkeitsstrategie festgelegten Ziele zu verfolgen. Die in diesem Bericht enthaltenen Kennzahlen spiegeln die gesamte Bandbreite unserer Aktivitäten wider und sind wesentlicher Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung.

## Kennzahlen

Unsere vollständige Kennzahlensammlung ist in thematische Blöcke gegliedert, die das 2030+ Sustainability Ambition Framework widerspiegeln. Ergänzend verweisen wir – wo zutreffend – auf die Nomenklatur der European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Methodische Erläuterungen sind integraler Bestandteil unseres Reporting-Ansatzes und werden in unserer **Nachhaltigkeitserklärung 2025** [↗](#) detailliert beschrieben.

Die Kennzahlen werden – soweit verfügbar – über einen Zeitraum von fünf Jahren ausgewiesen. Aufgrund von Rundungen können aggregierte Werte geringfügig von der Summe ihrer Einzelpositionen abweichen. Um die Vergleichbarkeit über die Jahre hinweg sicherzustellen, folgen alle Kennzahlen konsistenten methodischen Grundsätzen. Sollten Anpassungen notwendig werden, etwa durch aktualisierte Berechnungsfaktoren oder erweiterte Berichtsgrenzen, werden diese Änderungen transparent umgesetzt und in den Fußnoten der Tabellen dieses Kapitels erläutert.



### Umwelt-Kennzahlen

Die Umweltkennzahlen unserer Betriebe basieren auf den Daten aller 165 Produktionsstandorte in 53 Ländern (Berichtsjahr 2025) und decken damit 100 Prozent unserer weltweiten Produktionsmenge ab. Zur Sicherstellung der Datenqualität werden die Informationen monatlich und zum Jahresende zentral validiert. Anschließend werden sie im Rahmen unseres internen Revisionsprogramms standortseitig überprüft. Unsere Produktionsstrukturen verändern sich laufend – etwa durch neue oder stillgelegte Werke. Dadurch verändert sich fortlaufend die Anzahl der Standorte, die Daten in den Berichtsprozess einbringen.



### Mitarbeiter:innen-Kennzahlen

Die Mitarbeiter:innen-Kennzahlen folgen global standardisierten Berichtsregeln und decken 99 Prozent unserer Mitarbeiter:innen ab. Diese Abdeckung gewährleistet Repräsentativität, zum Beispiel bei Arbeitsvorfällen, die über global einheitliche Berichterstattungssysteme erfasst werden.



### Akquisitionen, Veräußerungen, Methoden und Datenaktualisierungen

Um verlässliche Mehrjahresvergleiche zu gewährleisten, werden Basis- und historische Daten bei Bedarf entsprechend angepasst.





## Ziele und Ambitionen (Mehrjahresübersicht)

In dieser Übersicht zeigen wir den Fortschritt unserer Ziele bis 2025 in einem Fünf-Jahres-Vergleich.

Thema	Ziele und Ambitionen	2021	2022	2023	2024	2025	
<b>KLIMA</b>	-42 % der absoluten Scope-1- und Scope-2-THG-Emissionen (2030; vs. 2021)				-41 %	<b>-50 %</b>	
	-30 % der absoluten Scope-3-THG-Emissionen THG Emissionen (2030; vs. 2021)		Neue Ziele seit 2024			-20 %	<b>-28 %</b>
	-90 % der absoluten THG-Emissionen der Scopes 1, 2, 3 (2045; vs. 2021)				-21 %	<b>-29 %</b>	
	-100 Millionen Tonnen CO <sub>2</sub> mit Kunden, Verbraucher:innen und Lieferanten (2016–2025)	> 68 Millionen	> 78 Millionen	> 89 Millionen	> 100 Millionen	<b>Seit 2024 erreicht</b>	
<b>KREISLAUFWIRTSCHAFT</b>	Keine Kunststoffabfälle in die Natur	-	-	-	-	-	
	> 30 % Anteil von recyceltem Kunststoff (-50 % neue Kunststoffe auf fossiler Basis) bei allen Verpackungen unserer Konsumgüterprodukte (2025)	16 %	16 %	20 %	25 %	<b>28 %</b>	
	100 % der Verpackungen für Recycling oder Wiederverwendbarkeit konzipieren <sup>1</sup> (2025)	86 %	87 %	87 %	89 %	<b>88 %</b>	
	-50 % Abfall aus der Produktion pro Tonne Produkt (2025; vs. 2010)	-35 %	-37 %	-36 %	-39 %	<b>-41 %</b>	
	Kreislaufbewirtschaftung von Abfallstoffen der Produktion (2030)	-	-	-	-	-	
<b>NATÜRLICHE RESOURCEN</b>	Die verantwortungsvolle Anwendung unserer Produkte fördern, um den Wasserverbrauch zu reduzieren	-	-	-	-	-	
	-35 % Wasserverbrauch <sup>2</sup> pro Tonne Produkt (2025; vs. 2010)	-26 %	-23 %	-23 %	-23 %	<b>-22 %</b>	
	Kreislaufbewirtschaftung von Wasser an relevanten Produktionsstandorten (2030)	-	-	-	-	-	
	100 % Papier- und Kartonmaterial recycelt oder aus Quellen nachhaltiger Forstwirtschaft	Kennzahl in Entwicklung		96 %	98 %	<b>98 %</b>	
	100 % Palm(kern)öl, dessen verantwortungsvolle Beschaffung zertifiziert oder extern bestätigt ist (2025)	93 %	89 %	96 %	97 %	<b>98 %</b>	
<b>CHANCEN-GERECHTIGKEIT</b>	Geschlechterparität über alle Führungsebenen hinweg (2025)	37,8 %	38,3 %	39,5 %	41,9 %	<b>43,2 %</b>	
	Verbesserung der Lebensgrundlagen von Kleinbauern und -bäuerinnen sowie Schutz der Natur	~ 36.400 Kleinbauern und -bäuerinnen	~ 38.500 Kleinbauern und -bäuerinnen	~ 39.300 Kleinbauern und -bäuerinnen	~ 39.700 Kleinbauern und -bäuerinnen	<b>&gt; 39.900 Kleinbauern und -bäuerinnen</b>	
<b>BILDUNG</b>	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)	> 26 Millionen	> 30 Millionen	Seit 2022 erreicht	Seit 2022 erreicht	<b>Seit 2022 erreicht</b>	
<b>WOHLERGEHEN</b>	Gestaltung der Arbeitswelt der Zukunft für das Unternehmen und unsere Mitarbeiter:innen	-	-	-	-	-	
	+ 60 % sicherer pro eine Million Arbeitsstunden (2025; vs. 2010)	+ 42 %	+ 42 %	+ 42 %	+ 47 %	<b>+ 59 %</b>	
	> 90 % der Mitarbeiter:innen durch globale Gesundheitsaktionen erreichen (pro Jahr)	> 90 %	> 90 %	> 90 %	> 90 %	<b>&gt; 90 %</b>	
<b>ZUSAMMENARBEIT</b>	100 % verantwortungsvolle Beschaffung zusammen mit unseren Partnern	-	-	-	-	-	
<b>LEISTUNG</b>	Jedes neue Produkt leistet einen Beitrag zur Nachhaltigkeit	-	-	-	-	-	
	Kunden und Verbraucher:innen ein umfassendes Nachhaltigkeitsprofil unserer Produkte zur Verfügung stellen (2025)	Methodik in Entwicklung					
	Dreimal effizienter werden (2030; vs. 2010) – Faktor 3	+ 74 %	+ 121 %	+ 156 %	+ 186 %	<b>+ 195 %</b>	
<b>TRANSPARENZ</b>	100 % Transparenz und Nachverfolgbarkeit für Palm(kern)öl (2025) <sup>3</sup>	84 %	89 %	89 %	95 %	<b>95 %</b>	

<sup>1</sup> Mit Ausnahme von Produkten, bei denen Bestandteile oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können. | <sup>2</sup> Wasserentnahme aus Oberflächengewässern, Grundwasser und Wasser von Dritten für die eigene Produktion.

<sup>3</sup> Prozent eingekauftes Palmöl, Palmkernöl und deren Derivate rückverfolgbar bis zur Raffinerie, Ölmühle oder Plantage.

# Natur

## Klima

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>ENERGIE</b>							
<b>Energieverbrauch und Energiemix</b>							
Brennstoffverbrauch aus Kohle und Kohleerzeugnissen	MWh	76.516	53.922	40.778	10.078	0	CSRD E1-5
	% Anteil	3,0	2,3	1,9	0,5	0	CSRD E1-5
Brennstoffverbrauch aus Rohöl und Erdölerzeugnissen	MWh	231.746	225.825	213.554	196.205	179.415	CSRD E1-5
	% Anteil	9,1	9,6	9,9	9,3	8,6	CSRD E1-5
Brennstoffverbrauch aus Erdgas	MWh	1.345.096	1.110.323	947.542	769.423	685.372	CSRD E1-5
	% Anteil	52,9	47,0	43,9	36,4	33,0	CSRD E1-5
Brennstoffverbrauch aus anderen fossilen Quellen	MWh	443.416.609	189.679.793	56.965.137	152	–	CSRD E1-5
	% Anteil	0	0	0	–	–	CSRD E1-5
Verbrauch aus erworbener oder erhaltener Elektrizität, Wärme, Dampf und Kühlung aus fossilen Quellen	MWh	369.550	300.800	177.310	139.946	90.353	CSRD E1-5
	% Anteil	14,5	12,7	8,2	6,6	4,4	CSRD E1-5
<b>Gesamtverbrauch fossiler Energie</b>	MWh	2.027.343	1.692.766	1.379.753	1.115.803	955.140	CSRD E1-5
	% Anteil	79,7	71,7	63,9	52,8	46,0	CSRD E1-5
<b>Gesamtenergieverbrauch aus nuklearen Quellen</b>	MWh	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			0	0	CSRD E1-5
	% Anteil				0	0	CSRD E1-5
Brennstoffverbrauch aus erneuerbaren Quellen, einschließlich Biomasse (auch Industrie- und Siedlungsabfälle biologischen Ursprungs, Biogas, Wasserstoff aus erneuerbaren Quellen usw.)	MWh	41.060	145.918	171.194	326.720	356.570	CSRD E1-5
	% Anteil	1,6	6,2	7,9	15,5	17,2	CSRD E1-5
Verbrauch aus erworbener oder erhaltener Elektrizität, Wärme, Dampf oder Kühlung aus erneuerbaren Quellen	MWh	466.614	509.694	596.061	652.802	728.710	CSRD E1-5
	% Anteil	18,3	21,6	27,6	30,9	35,1	CSRD E1-5
Verbrauch selbst erzeugter erneuerbarer Energie, bei der es sich nicht um Brennstoffe handelt	MWh	7.077	10.297	13.836	18.934	36.043	CSRD E1-5
	% Anteil	0,3	0,4	0,6	0,9	1,7	CSRD E1-5
<b>Gesamtverbrauch erneuerbarer Energie</b>	MWh	514.751	665.910	781.090	998.456	1.121.323	CSRD E1-5
	% Anteil	20,2	28,2	36,1	47,2	54,0	CSRD E1-5



	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>Anteil des bezogenen Stroms im Vergleich zum gesamten bezogenen Strom</b>							
Anteil bezogenen Stroms aus virtuellen Stromabnahmeverträgen (VPPA)	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			53	55	CSRD E1-6
Anteil bezogenen Stroms: Ökostromtarife	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			28	26	CSRD E1-6
Anteil bezogenen Stroms: nicht gebündelte Energieattributzertifikate	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			6	12	CSRD E1-6
Anteil des Verbrauchs, der nicht mit einem Attribut versehen ist oder bei dem ein Attributzusammenhang nicht hergestellt werden kann	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			13	7	CSRD E1-6
<b>Aufgliederung Energieerzeugung aus nicht-erneuerbaren und erneuerbaren Quellen</b>							
Eigene Energieerzeugung von Henkel	MWh	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			935.711	930.585	CSRD E1-5
davon Energie aus fossilen Quellen	MWh	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			836.604	793.463	CSRD E1-5
davon Energie aus erneuerbaren Quellen	MWh	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			99.107	137.122	CSRD E1-5
<b>Energieintensität</b>							
Energieverbrauch	MWh	2.542.094	2.358.676	2.160.843	2.114.259	2.076.464	CSRD E1-5
Nettoumsatzerlöse aus Aktivitäten in klimaintensiven Sektoren, die zur Berechnung der Energieintensität herangezogen werden	Mio Euro	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			21.586	20.495	CSRD E1-5
Energieintensität auf der Grundlage der Nettoumsatzerlöse (Fertigungssektor)	MWh/Mio Euro	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			98	101	CSRD E1-5
<b>THG-EMISSIONEN</b>							
<b>THG-Bruttoemissionen der Kategorien Scope 1, 2 und 3 sowie THG-Gesamtemissionen</b>							
<b>Scope-1-THG-Emissionen</b>							
<b>Scope-1-THG-Bruttoemissionen exklusive biogener CO<sub>2</sub>-Emissionen<sup>1</sup></b>	t CO <sub>2</sub> e	618.089	542.519	489.255	405.621	357.850	CSRD E1-6
Scope 1 aus Dampf, Wärme und Elektrizität und Sonstiges, genutzt von Henkel <sup>1</sup>	t CO <sub>2</sub> e	360.792	301.851	260.564	220.463	188.994	CSRD E1-6
Scope 1 aus Dampf, Wärme und Elektrizität, für Dritte bereitgestellt	t CO <sub>2</sub> e	257.298	240.669	228.691	185.158	168.856	CSRD E1-6
Prozentsatz der Scope-1-THG-Emissionen aus regulierten Emissionshandelssystemen	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			56	59	CSRD E1-6
<b>Scope-2-THG-Emissionen</b>							
Standortbezogene Scope-2-THG-Bruttoemissionen	t CO <sub>2</sub> e	330.837	321.516	310.970	320.897	320.779	CSRD E1-6
Marktbezogene Scope-2-THG-Bruttoemissionen	t CO <sub>2</sub> e	160.242	121.800	71.074	55.988	34.824	CSRD E1-6
<b>Scope-1-&amp;-2-THG-Emissionen</b>							
Scope-1-&-2-THG-Emissionen SBTi-Klimaziel Geltungsbereich <sup>1</sup>	t CO <sub>2</sub> e	778.331	664.319	560.329	461.609	392.674	CSRD E1-6
<b>Signifikante Scope-3-THG-Emissionen</b>							
Gesamte indirekte (Scope-3-)-THG-Bruttoemissionen	t CO <sub>2</sub> e	45.891.427	40.357.214	35.428.737	35.002.308	33.455.268	CSRD E1-6



	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
Scope-3-THG-Emissionen SBTi-Klimaziel Geltungsbereich	t CO <sub>2</sub> e	17.990.115	16.160.575	14.169.950	14.449.486	12.959.361	CSRD E1-6
1 Erworbene Waren und Dienstleistungen	t CO <sub>2</sub> e	14.289.354	12.796.651	11.118.659	11.468.812	10.332.003	CSRD E1-6
1 Erworbene Rohstoffe	t CO <sub>2</sub> e	8.997.901	8.026.191	6.735.861	6.984.857	6.599.931	CSRD E1-6
1 Erworbene Verpackungsmaterialien <sup>2</sup>	t CO <sub>2</sub> e	2.383.257	2.220.147	1.886.599	1.750.742	1.485.537	CSRD E1-6
1 Sonstige 3.1-Emissionen	t CO <sub>2</sub> e	2.908.196	2.550.313	2.496.199	2.733.213	2.246.536	CSRD E1-6
2 Investitionsgüter	t CO <sub>2</sub> e	207.500	201.436	205.346	259.335	191.635	CSRD E1-6
3 Tätigkeiten im Zusammenhang mit Brennstoffen und Energie (nicht in Scope 1 oder Scope 2 enthalten)	t CO <sub>2</sub> e	315.895	282.699	239.603	235.407	202.029	CSRD E1-6
4 Vorgelagerter Transport und Vertrieb	t CO <sub>2</sub> e	1.096.389	933.521	858.292	818.920	789.565	CSRD E1-6
5 Abfallaufkommen in Betrieben	t CO <sub>2</sub> e	72.620	97.746	76.596	39.111	47.057	CSRD E1-6
6 Geschäftsreisen	t CO <sub>2</sub> e	14.044	38.606	48.897	56.818	58.559	CSRD E1-6
7 Pendelnde Mitarbeiter:innen	t CO <sub>2</sub> e	47.221	45.050	42.432	42.003	40.797	CSRD E1-6
8 Vorgelagerte geleaste Wirtschaftsgüter	t CO <sub>2</sub> e	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	CSRD E1-6
9 Nachgelagerter Transport und Vertrieb	t CO <sub>2</sub> e	66.708	62.452	60.063	67.170	69.089	CSRD E1-6
10 Verarbeitung verkaufter Produkte	t CO <sub>2</sub> e	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	CSRD E1-6
11 Verwendung verkaufter Produkte	t CO <sub>2</sub> e	27.901.312	24.196.639	21.258.787	20.552.822 <sup>3</sup>	20.495.907	CSRD E1-6
12 Behandlung von Produkten am Ende der Lebensdauer <sup>2</sup>	t CO <sub>2</sub> e	1.864.474	1.686.506	1.502.578	1.436.546	1.191.809	CSRD E1-6
13 Nachgelagerte geleaste Wirtschaftsgüter	t CO <sub>2</sub> e	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	CSRD E1-6
14 Franchises	t CO <sub>2</sub> e	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	CSRD E1-6
15 Investments	t CO <sub>2</sub> e	15.909	15.909	17.485	25.364 <sup>4</sup>	36.817	CSRD E1-6
<b>THG-Emissionen insgesamt</b>							
THG-Emissionen insgesamt (standortbezogen)	t CO <sub>2</sub> e	46.840.353	41.221.250	36.228.962	35.728.826	34.133.897	CSRD E1-6
THG-Emissionen insgesamt (marktbezogen)	t CO <sub>2</sub> e	46.669.758	41.021.533	35.989.066	35.463.917	33.847.942	CSRD E1-6
THG-Emissionen insgesamt (SBTi-Klimaziel Geltungsbereich)	t CO <sub>2</sub> e	18.768.446	16.824.894	14.730.279	14.911.095	13.352.035	CSRD E1-6
<b>Biogene Emissionen</b>							
Biogene CO <sub>2</sub> -Emissionen aus stationärer und mobiler Verbrennung (Scope 1) <sup>1</sup>	t CO <sub>2</sub> e	24.683 <sup>5</sup>	46.473	42.874	68.681 <sup>5</sup>	74.774	CSRD E1-6

<sup>1</sup> Scope-1-Emissionen umfassen die Anwendung von Biogas- und Biomethan-Zertifikaten. Zertifizierte Mengen werden als biogene Brennstoffe behandelt, wobei die damit verbundenen Emissionen gemäß ESRS E1 als biogen verbucht werden.

<sup>2</sup> Aktualisierung der Methodik im Jahr 2025. Diese Änderungen liegen deutlich unter dem für Henkel relevanten 5%-Schwellenwert für Neuberechnungen der GHG-Emissionen des Basisjahres für Scope 3 gemäß Net-Zero Recalculation Policy von Henkel und erfordern daher keine Anpassung der Zahlen für die Geschäftsjahre 2021 und 2024.

<sup>3</sup> Aktualisierung der Zahl für das Geschäftsjahr 2024 (alt: 23.163.822 t CO<sub>2</sub>e) aufgrund von Änderungen in der Methodik und um einen genaueren Vergleich mit dem Geschäftsjahr 2025 zu ermöglichen. Diese Aktualisierungen umfassen die Szenarien für die Nutzungsphase hinsichtlich Dosierung, Energieverbrauch nach Anwendung und Emissionsfaktoren gemäß AR6, um die Schätzungen für die Nutzungsphase unserer Produkte zu verbessern.

<sup>4</sup> Aktualisierung der Zahl für das Geschäftsjahr 2024 (alt: 88.127 t CO<sub>2</sub>e) aufgrund von Änderungen im Mapping und im Konsolidierungsansatz und um einen genaueren Vergleich mit dem Geschäftsjahr 2025 zu ermöglichen. Die zur Berechnung der Emissionen für die Jahre 2024 und 2025 berücksichtigten Investitionen beziehen sich auf das Vorjahr. Im Basisjahr 2021 wurden die Investitionen aus dem gleichen Jahr verwendet.

<sup>5</sup> Aktualisierung der Zahl für das Geschäftsjahr 2021 (alt: n.a.) und das Geschäftsjahr 2024 (alt: 73.556 t CO<sub>2</sub>e) aufgrund von Verbesserungen der Datenqualität und um einen genaueren Vergleich mit dem Geschäftsjahr 2025 zu ermöglichen. Die Anpassung erfolgt im Einklang mit der für Henkel relevanten 5%-Schwelle für Änderungen.



	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>THG-Intensität</b>							
Nettoumsatzerlöse aus Tätigkeiten in klimaintensiven Sektoren, <sup>1</sup> die zur Berechnung der Energieintensität herangezogen werden	Mio Euro	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			21.586	20.495	CSRD E1-6
Standortbezogene THG-Emissionen	t CO <sub>2</sub> e	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			35.728.826	34.133.897	CSRD E1-6
<b>Standortbezogene Treibhausgasintensität auf der Grundlage der Nettoumsatzerlöse</b>	t CO <sub>2</sub> e/Mio Euro	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			1.655	1.666	CSRD E1-6
Marktbezogene THG-Emissionen	t CO <sub>2</sub> e	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			35.463.917	33.847.942	CSRD E1-6
<b>Marktbezogene Treibhausgasintensität auf der Grundlage der Nettoumsatzerlöse</b>	t CO <sub>2</sub> e/Mio Euro	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			1.643	1.652	CSRD E1-6

<sup>1</sup> Die gemeldeten Nettoumsatzerlöse werden unter dem klimaintensiven Sektor des verarbeitenden Gewerbes ausgewiesen.

**VORHERIGE INTENSITÄTS-KLIMAZIELE VON HENKEL (BASISJAHR 2017)**

Scope-1- und -2-THG-Emissionen (t CO <sub>2</sub> /t Produktionsmenge) <sup>1</sup>	2017 Basisjahr Intensität	n/a <sup>3</sup>	n/a <sup>3</sup>	n/a <sup>3</sup>	0,08	0,08	CSRD E1-6
	2025 Intensität	n/a <sup>3</sup>	n/a <sup>3</sup>	n/a <sup>3</sup>	0,03	0,03	CSRD E1-6
Fortschritt gegenüber Basisjahr	%	n/a <sup>3</sup>	n/a <sup>3</sup>	n/a <sup>3</sup>	-63,9	-70,5	CSRD E1-6
Scope-3.1-THG-Emissionen (t CO <sub>2</sub> e/t Produktionsmenge) <sup>2</sup>	2017 Basisjahr Intensität	n/a <sup>3</sup>	n/a <sup>3</sup>	n/a <sup>3</sup>	1,5	1,5	CSRD E1-6
	2025 Intensität	n/a <sup>3</sup>	n/a <sup>3</sup>	n/a <sup>3</sup>	1,3	1,3	CSRD E1-6
Fortschritt gegenüber Basisjahr	%	n/a <sup>3</sup>	n/a <sup>3</sup>	n/a <sup>3</sup>	-13,3	-19,1	CSRD E1-6

<sup>1</sup> Die zur Berechnung der Kennzahl verwendeten Emissionskennzahlen sind Nettowerte, die unter Berücksichtigung der folgenden Annahmen ermittelt wurden. Emissionen aus der Erzeugung von Energie für den Verkauf an Dritte, aus den Fahrzeugflotten, von Kühlmittel- und Prozessemissionen sowie von Nicht-Produktionsstandorten sind in diesen Zahlen nicht enthalten. Die Emissionen werden nach der marktbasiereten Methode in Übereinstimmung mit dem GHG Protocol berechnet. Die Berichterstattung über die Intensitätsziele mit Basisjahr 2017 berücksichtigt alle Scope-1- und -2-relevanten Geschäftsaktivitäten des Jahres 2019 exklusive des Russlandgeschäfts. Dabei sind Emissionsquellen, die in separaten Zeilen berichtet wurden (Fahrzeugflotten, die unter Geschäftsreisen berichtet werden; biogene Emissionen, die neben den Scopes berichtet werden), und unterschiedliche Emissionsfaktoren (CO<sub>2</sub>, aktuelle Ziele zu Scope 1 und 2 verwenden CO<sub>2</sub>e) ausgeschlossen.

<sup>2</sup> Die Berichterstattung über das Intensitätsziel mit Basisjahr 2017 berücksichtigt alle Scope-3.1-relevanten Geschäftsaktivitäten des Jahres 2021 exklusive des Russlandgeschäfts und wurde auf Basis der Aktivitäten des Jahres 2021 extrapoliert. Dabei sind nur Emissionsquellen aus erworbenen Rohstoffen und Verpackungsmaterialien in dem jeweiligen Jahr berücksichtigt. Dies entspricht der Definition des Sustainable Finance Frameworks (Oktober 2021).

<sup>3</sup> Das Ziel wurde durch ein neues SBTi-Ziel ersetzt; wir legen die Werte für 2024 und 2025 nur offen, um während des Übergangs volle Transparenz zu gewährleisten.

**VERKEHRSTRÄGER: ANTEIL NACH TONNENKILOMETERN**

<b>Brutto-Sendungsgewichte</b>							
Lkw	%	63	65	63	63	62	Sonstige
Eisenbahn	%	10	11	7	6	7	Sonstige
Schiff	%	26	23	29	30	30	Sonstige
Flugzeug	%	1	1	1	1	1	Sonstige



## Übergangsplan für den Klimaschutz

	Einheit	Basisjahr 2021	N-1 = 2024	N = 2025	Jährliches % Ziel / Vorjahr	Reduktion im Vergleich zum Basisjahr (%N / Basisjahr)	2030 Ziel	2045 Ziel	Jährliches % Ziel / Basisjahr	Referenz
<b>SBTI (SCIENCE-BASED TARGETS INITIATIVE) KLIMAZIELE</b>										
<b>SBTi-Ziele</b>										
Reduzierung der absoluten Scope-1-&-2-THG-Emissionen (vs. 2021)	%						-42			CSRD E1-4
Reduzierung der absoluten Scope-3-THG-Emissionen (vs. 2021)	%						-30			CSRD E1-4
Reduzierung der absoluten Scope-1-, -2-&-3-THG-Emissionen (vs. 2021) – Netto-Null	%							-90		CSRD E1-4
<b>THG-Emissionen</b>										
<b>Scope-1-&amp;-2-THG-Emissionen</b>										
Scope-1-&-2-THG-Emissionen SBTi-Klimaziel Geltungsbereich	t CO <sub>2</sub> e	778.331	461.609	392.674	-14,9	-49,5	451.432	n/a	4,7%	CSRD E1-6
<b>Signifikante Scope-3-THG-Emissionen</b>										
Scope-3-THG-Emissionen SBTi-Klimaziel Geltungsbereich	t CO <sub>2</sub> e	17.990.115	14.449.486	12.959.361	-10,3	-28,0	12.593.080	n/a	3,3%	CSRD E1-6
<b>THG-Emissionen insgesamt</b>										
THG-Emissionen insgesamt (SBTi-Klimaziel Geltungsbereich)	t CO <sub>2</sub> e	18.768.446	14.911.095	13.352.035	-10,5	-28,9	n/a	1.876.845	3,8%	CSRD E1-6
<b>Emissionsreduzierung Ziele: Hebel zur Zielerreichung</b>										
<b>Beiträge der Scope-1- und -2-Hebel zur Emissionsreduktionszielerreichung</b>										
THG-Emissionen	%	100					58,0			CSRD E1-3
Energienutzung/Energieeffizienz	%						-9,1			CSRD E1-3
Energienutzung/Einsatz erneuerbarer Energien	%						-0,6			CSRD E1-3
Energienutzung/Beschaffung erneuerbarer Energien und Brennstoffe	%						-32,2			CSRD E1-3
<b>Beiträge der Scope-3-Hebel zur Emissionsreduktionszielerreichung</b>										
THG-Emissionen	%	100					70,0			CSRD E1-3
Ökodesign/Formatdesign	%						-1,5			CSRD E1-3
Ökodesign/Verpackungsdesign	%						-0,5			CSRD E1-3
Emissionsarme Materialien/Lieferantenengagement	%						-9,8			CSRD E1-3
Emissionsarme Materialien/Verpackungen	%						-0,5			CSRD E1-3
Emissionsarme Materialien/Rohstoffe	%						-15,6			CSRD E1-3
Emissionseffiziente Logistik/Logistikoptimierung	%						-0,5			CSRD E1-3
Emissionseffiziente Logistik/Emissionsarmer Transport	%						-1,5			CSRD E1-3



## Ressourcenzuflüsse und -abflüsse

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz	
<b>RESSOURCENZUFLÜSSE</b>								
Gesamtgewicht der verwendeten Produkte und technischen und biologischen Materialien	t	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			12.700.562	12.080.358	CSRD E5-4	
Anteil nachhaltig gewonnener biologischer Materialien, die zur Herstellung unserer Produkte und Dienstleistungen einschließlich Verpackungen verwendet werden	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			2,9	3,1	CSRD E5-4	
Absolutes Gewicht der sekundären wiederverwendeten oder recycelten Bestandteile, sekundären Zwischenprodukte und sekundären Materialien, die zur Herstellung unserer Produkte verwendet werden, einschließlich Verpackungen	t	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			226.179	221.294	CSRD E5-4	
Anteil der sekundären wiederverwendeten oder recycelten Bestandteile, sekundären Zwischenprodukte und sekundären Materialien, die zur Herstellung unserer Produkte verwendet werden, einschließlich Verpackungen	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			1,8	1,8	CSRD E5-4	
<b>VERPACKUNGSMATERIALIEN<sup>1</sup></b>								
Plastik	t	341.025	308.191	286.578	267.272	255.977	CSRD E5-4	
	%	48,3	46,3	46,2	45,7	45,8	CSRD E5-4	
Papier	t	304.937	286.028	240.364	227.598	215.891	CSRD E5-4	
	%	43,2	43,0	38,8	38,9	38,7	CSRD E5-4	
Metall	t	56.200	66.639	80.942	79.076	75.894	CSRD E5-4	
	%	8,0	10,0	13,1	13,5	13,6	CSRD E5-4	
Glas	t	4.386	4.640	6.260	5.346	4.101	CSRD E5-4	
	%	0,6	0,7	1,0	0,9	0,7	CSRD E5-4	
Sonstiges	t	Seit 2023 neu berichtete Kennzahl			5.768	6.120	6.505	CSRD E5-4
	%	Seit 2023 neu berichtete Kennzahl			0,9	1,0	1,2	CSRD E5-4

<sup>1</sup> Diese Berechnung basiert auf einer detaillierten Bewertung der in den Markt gebrachten Verpackungsmaterialien. Im Jahr 2023 fand ein Methodenwechsel unter anderem von der Nutzung von Einkaufs- zu Verkaufsdaten statt, der bei der Betrachtung mehr Detailtiefe bezüglich der eingesetzten Materialarten ermöglicht. Dabei bleibt die Vergleichbarkeit der Vorjahresdaten mit den diesjährigen Daten unseres Fußabdrucks gewährleistet. Zudem nutzen wir bei Bedarf eine Schätzung, basierend auf den verkauften Produktmengen.



	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>RESSOURCENABFLÜSSE</b>							
<b>Gesamtes Abfallaufkommen</b>	t	137.883	146.492	151.255	131.708	123.054	CSRD E5-5
davon Bau- und Abbruchabfälle	t	22.923	37.391 <sup>2</sup>	46.710	30.274	29.545	CSRD E5-5
davon High Quality Outbound Recycling (HQOR)	t	384	1.964	3.676	5.219	9.475 <sup>1</sup>	CSRD E5-5
<b>Nicht gefährlicher Abfall</b>							
<b>Gesamtmenge nicht gefährlicher Abfälle</b>	t	109.543	113.460	120.378	100.932	97.501	CSRD E5-5
<b>Nicht gefährlicher Abfall, von der Beseitigung abgezweigt</b>	t	54.314	58.276	63.148	50.406	44.418	CSRD E5-5
Nicht gefährlicher Abfall, von der Beseitigung abgezweigt aufgrund der Vorbereitung zur Wiederverwendung	t	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	CSRD E5-5
Nicht gefährlicher Abfall, von der Beseitigung abgezweigt aufgrund von Recycling	t	49.726	54.863	60.384	43.942	42.492	CSRD E5-5
Nicht gefährlicher Abfall, von der Beseitigung abgezweigt aufgrund sonstiger Verwertungsverfahren	t	4.588	3.413	2.763	6.464	1.926	CSRD E5-5
<b>Nicht gefährlicher Abfall, zur Beseitigung bestimmt</b>	t	55.229	55.184	57.230	50.526	53.083	CSRD E5-5
Nicht gefährlicher Abfall, zur Beseitigung bestimmt durch Verbrennung	t	21.897	21.421	23.440	30.970	26.662	CSRD E5-5
Nicht gefährlicher Abfall, zur Beseitigung bestimmt durch Deponierung	t	28.830	26.482	20.671	15.571	15.741	CSRD E5-5
Nicht gefährlicher Abfall, zur Beseitigung bestimmt durch sonstige Arten der Beseitigung	t	4.502	7.281	13.120	3.984	10.680	CSRD E5-5
<b>Gefährlicher Abfall</b>							
<b>Gesamtmenge gefährlicher Abfälle</b>	t	28.340	33.008	30.878	30.776	25.553	CSRD E5-5
<b>Gefährlicher Abfall, von der Beseitigung abgezweigt</b>	t	6.156	5.764	9.784	7.987	5.568	CSRD E5-5
Gefährlicher Abfall, von der Beseitigung abgezweigt aufgrund der Vorbereitung zur Wiederverwendung	t	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	CSRD E5-5
Gefährlicher Abfall, von der Beseitigung abgezweigt aufgrund von Recycling	t	4.242	3.632	7.879	2.588	2.577	CSRD E5-5
Gefährlicher Abfall, von der Beseitigung abgezweigt aufgrund sonstiger Verwertungsverfahren	t	1.913	2.132	1.905	5.398	2.992	CSRD E5-5
<b>Gefährlicher Abfall, zur Beseitigung bestimmt</b>	t	22.184	27.245	21.094	22.789	19.984	CSRD E5-5
Gefährlicher Abfall, zur Beseitigung bestimmt durch Verbrennung	t	19.489	19.275	18.372	19.864	17.809	CSRD E5-5
Gefährlicher Abfall, zur Beseitigung bestimmt durch Deponierung	t	1.287	793	1.271	1.128	849	CSRD E5-5
Gefährlicher Abfall, zur Beseitigung bestimmt durch sonstige Arten der Beseitigung	t	1.409	7.177	1.451	1.797	1.326	CSRD E5-5
<b>Radioaktiver Abfall</b>							
Gesamtmenge radioaktiver Abfälle	t	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	CSRD E5-5
<b>Nicht recycelter Abfall</b>							
Gesamtmenge nicht recycelter Abfall	t	83.914	87.973	81.261	85.177	77.985	CSRD E5-5
Prozentualer Anteil nicht recycelter Abfälle	%	61	60	54	65	63	CSRD E5-5

<sup>1</sup> Die Daten werden im Geschäftsjahr 2025 neu bereitgestellt als eine zusätzliche Aufschlüsselung der Kennzahlen zum Ressourcenabfluss.

<sup>2</sup> Aktualisierung der Zahl für das Geschäftsjahr 2022 (alt: 35.118 m<sup>3</sup>) aufgrund von Verbesserungen der Datenqualität und um einen genaueren Vergleich mit dem Geschäftsjahr 2025 zu ermöglichen.



## Biodiversität und Ökosysteme

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
Anzahl biodiversitätsrelevanter Standorte	Anzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			15	15	CSRD E4-5
Gebiet biodiversitätsrelevanter Standorte	ha	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			14.467	14.247	CSRD E4-5
Gesamtvolumen des eingekauften Palmöls, Palmkernöls und von deren Derivaten	t	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			79.002	79.435	CSRD E4-4
Gesamtmenge, die zur Ermittlung der Zielerreichung herangezogen wurde	t	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			78.143	78.812	CSRD E4-4
Anteil des zertifizierten Materials	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			97	98	CSRD E4-4
Abgedeckt durch RSPO-Mass-Balance-Zertifikate (MB)	t	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			75.958	77.362	CSRD E4-4
Abgedeckt durch RSPO-Segregated-Zertifikate (SB)	t	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			17	36	CSRD E4-4
Gesamtmenge des eingekauften Papier- und Kartonmaterials <sup>1</sup>	1.000 t	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			222	197	CSRD E4-4
Anteil des recycelten Papier- und Kartonmaterials <sup>1</sup>	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			64	68	CSRD E4-4
Anteil des zertifizierten nicht-recycelten Papier- und Kartonmaterials <sup>1</sup>	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			34	30	CSRD E4-4

<sup>1</sup> Die zugrunde liegenden Daten des Berichtsjahres basieren auf Lieferantendaten des Vorjahres.



## Wasser

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>KENNZAHLEN WASSER</b>							
Gesamtwasserverbrauch	m <sup>3</sup>	4.814.511	4.623.457	4.180.480	3.858.063	3.721.666	CSRD E3-4
Gesamtwasserentnahme	m <sup>3</sup>	7.985.025	7.771.290	6.783.473	6.727.625	6.568.000	CSRD E3-4
Wasserentnahmeintensität <sup>1</sup> pro Tonne Produkt	m <sup>3</sup> /t	0,92	0,96	0,95	0,96	0,96	CSRD E3-4
Gesamtwasserverbrauchsintensität per Nettoumsatzerlös	m <sup>3</sup> /Mio Euro	240	206	194	179	182	CSRD E3-4
Gesamtvolumen des zurückgewonnenen und wiederverwendeten Wassers	m <sup>3</sup>	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			736.380 <sup>2</sup>	606.818	CSRD E3-4
Gesamtvolumen des gespeicherten Wassers	m <sup>3</sup>	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			131.779	63.929	CSRD E3-4
Wasserverbrauch in Gebieten mit Wasserstress	m <sup>3</sup>	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			1.762.678	1.682.870	CSRD E3-4
Wasserverbrauch in Gebieten, die von erhöhten allgemeinen Wasserrisiken und/oder erhöhtem Wasserstress betroffen sind	m <sup>3</sup>	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			1.810.369	1.736.099	CSRD E3-4
Wasserverbrauch in Gebieten, die von Wasserrisiken betroffen sind	m <sup>3</sup>	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			856.073	788.747	CSRD E3-4
Wasserverbrauch in Gebieten, die von erhöhten allgemeinen Wasserrisiken und gleichzeitig erhöhtem Wasserstress betroffen sind	m <sup>3</sup>	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			808.381	735.518	CSRD E3-4
Wasserverbrauch in Gebieten, die von Wasserstress betroffen sind, jedoch kein erhöhtes Wasserrisiko aufweisen	m <sup>3</sup>	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			954.297	947.352	CSRD E3-4
Gesamtabwasser	m <sup>3</sup>	3.172.826	3.150.855	2.627.175	2.869.562	2.846.334	CSRD E3-4
Anzahl Flussgebiete, in denen sich eigene Betriebsstandorte des Unternehmens befinden	Anzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			111	112	CSRD E3-4

<sup>1</sup> Wasserentnahme aus Oberflächengewässern, Grundwasser und Wasser von Dritten für die eigene Produktion.

<sup>2</sup> Aktualisierung der Zahl für das Geschäftsjahr 2024 (alt: 778.210 m<sup>3</sup>) aufgrund von Verbesserungen der Datenqualität und um einen genaueren Vergleich mit dem Geschäftsjahr 2025 zu ermöglichen. Die Anpassung erfolgt im Einklang mit der für Henkel relevanten 5%-Schwelle für Änderungen.



## Weitere Umweltkennzahlen

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>EMISSIONEN IN DIE LUFT<sup>1</sup></b>							
Staub-Emissionen	t	237	237	211	185	114	Sonstige
Schwefeldioxid-Emissionen	t	58	105	78	154	178	Sonstige
Stickoxid-Emissionen	t	594	604	584	502	448	Sonstige
<b>EMISSIONEN IN DAS ABWASSER</b>							
CSB-Emissionen in das Abwasser <sup>1</sup>	kg	7.626.563	8.144.215	6.252.442	7.020.729	4.946.501	Sonstige
Schwermetall-Emissionen im Abwasser	kg	796	736	1.013	1.290	1.540	Sonstige
davon Zink	kg	610	534	698	745	510	Sonstige
davon Blei	kg	25	29	45	87	308	Sonstige
davon Chrom	kg	28	35	67	76	87	Sonstige
davon Kupfer	kg	74	74	114	233	504	Sonstige
davon Nickel	kg	60	63	88	148	131	Sonstige

<sup>1</sup> Alle Werte wurden aktualisiert, da ab 2025 die Berechnungsmethodik für Emissionen in die Luft erweitert wurde. Es werden neben Emissionen aus dem direkten Energieverbrauch auch Emissionen aus dem Energieverbrauch, der mit Dritten verbunden ist, einbezogen, um die Bruttoperspektive abzudecken.

<sup>1</sup> Chemischer Sauerstoffbedarf (CSB): Maß für die Belastung von Abwässern mit organischen Stoffen.

# Gemeinschaft

## Unsere Mitarbeiter:innen

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>GESAMTZAHL ARBEITNEHMER:INNEN<sup>1</sup> NACH GESCHLECHT</b>							
<b>Zahl der Arbeitnehmer:innen<sup>1</sup></b>	Personenzahl	52.450	51.200	47.750	47.150	47.200	CSRD S1-6
Weiblich	Personenzahl	19.250	19.000	18.000	18.300	18.550	CSRD S1-6
Männlich	Personenzahl	33.200	32.250	29.750	28.850	28.600	CSRD S1-6
Divers	Personenzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			0	0	CSRD S1-6
Keine Angaben	Personenzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			0	0	CSRD S1-6
<b>GESAMTZAHL DER ARBEITNEHMER:INNEN MIT UNBEFRISTETEN UND BEFRISTETEN ARBEITSVERTRÄGEN<sup>1</sup> SOWIE DER ABRUFKRÄFTE<sup>2</sup>, NACH GESCHLECHT</b>							
<b>Zahl der Arbeitnehmer:innen mit unbefristeten Arbeitsverträgen<sup>1</sup></b>	Personenzahl	47.000	45.900	43.050	42.300	42.200	CSRD S1-6
Weiblich	Personenzahl	17.100	16.800	16.050	16.300	16.400	CSRD S1-6
Männlich	Personenzahl	29.950	29.100	27.000	26.000	25.800	CSRD S1-6
Divers	Personenzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			0	0	CSRD S1-6
Keine Angaben	Personenzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			0	0	CSRD S1-6
<b>Zahl der Arbeitnehmer:innen mit befristeten Arbeitsverträgen<sup>1</sup></b>	Personenzahl	5.450	5.300	4.700	4.850	5.000 <sup>1</sup>	CSRD S1-6
Weiblich	Personenzahl	2.200	2.150	1.950	2.000	2.150	CSRD S1-6
Männlich	Personenzahl	3.250	3.150	2.750	2.850	2.800	CSRD S1-6
Divers	Personenzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			0	0	CSRD S1-6
Keine Angaben	Personenzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			0	0	CSRD S1-6
<b>Zahl der Abrufkräfte<sup>1</sup></b>	Personenzahl	–	–	–	–	–	CSRD S1-6
Weiblich	Personenzahl	–	–	–	–	–	CSRD S1-6
Männlich	Personenzahl	–	–	–	–	–	CSRD S1-6
Divers	Personenzahl	–	–	–	–	–	CSRD S1-6
Keine Angaben	Personenzahl	–	–	–	–	–	CSRD S1-6



	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>Gesamtzahl Mitarbeiter:innen<sup>1</sup> nach Regionen</b>							
Europa	Personenzahl	24.100	23.650	20.900	20.450	20.500	CSRD ESRS2
	%	45,9	46,2	43,7	43,4	43,5	CSRD ESRS2
IMEA	Personenzahl	5.650	5.150	5.000	5.000	5.300	CSRD ESRS2
	%	10,7	10,1	10,5	10,6	11,2	CSRD ESRS2
Nordamerika	Personenzahl	8.250	8.300	8.050	7.850	7.250	CSRD ESRS2
	%	15,8	16,2	16,8	16,6	15,4	CSRD ESRS2
Lateinamerika	Personenzahl	6.300	5.500	5.250	5.400	5.450	CSRD ESRS2
	%	12,0	10,7	11,0	11,5	11,6	CSRD ESRS2
Asien/Pazifik	Personenzahl	8.150	8.600	8.600	8.500	8.650	CSRD ESRS2
	%	15,6	16,8	18,0	18,0	18,4	CSRD ESRS2
<b>Gesamtzahl Arbeitnehmer:innen<sup>1</sup> nach Land<sup>3</sup></b>							
Deutschland	Personenzahl	8.700	8.550	8.350	8.050	8.100	CSRD S1-6
Männlich	Personenzahl	5.350	5.250	5.100	4.850	4.850	Sonstige
Weiblich	Personenzahl	3.350	3.300	3.250	3.200	3.250	Sonstige
USA	Personenzahl	7.750	7.700	7.500	7.200	6.700	CSRD S1-6
<b>Gesamtzahl Arbeitnehmer:innen<sup>1</sup> nach Level</b>							
Tarifmitarbeiter:innen	%	75,4	74,5	72,6	71,4	70,7	CSRD S1-6
Führungskräfte	%	23,2	24,0	25,9	27,0	27,8	CSRD S1-6
Top-Führungskräfte <sup>4</sup>	%	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	CSRD S1-6
<b>FLUKTUATIONSRATE</b>							
Gesamtzahl der Mitarbeiter:innen, die das Unternehmen verlassen haben	Personenzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			6.250	5.350	CSRD S1-6
Fluktuationsrate	%				13,1	11,3	CSRD S1-6
Freiwillige Fluktuationsrate <sup>5</sup>	%	7,1	7,8	6,0	5,2	4,7	Sonstige
<b>MITARBEITER:INNEN IN TEILZEIT *</b>							
Teilzeitquote global	%	2,9	3,0	3,1	3,0	3,0	Sonstige
Westeuropa (inklusive Deutschland)	%	8,9	9,0	9,0	9,1	9,0	Sonstige



	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
Deutschland	%	11,5	11,7	11,8	12,1	12,1	Sonstige

\* Teilzeitarbeitsmodelle sind vor allem in Westeuropa und speziell in Deutschland relevant. In anderen Regionen wie Asien/Pazifik, IMEA oder Lateinamerika werden Teilzeitarbeitsmodelle deutlich weniger nachgefragt.

**ENTWICKLUNG UNSERER MITARBEITER:INNEN**

Interne Beförderungen (Führungskräfte)	Personenzahl	1.505*	1.391*	1.540*	1.416	1.301	Sonstige
Internationale Job-Rotationen	Personenzahl	235	240	225	260	254	Sonstige
Auszubildende (Deutschland) <sup>6</sup>	Personenzahl	499	469	462	464	478	Sonstige
Durchschnittliche Fortbildungstage <sup>7</sup>	Tage	2,3	2,2	2,5	2,7	2,5	Sonstige
Durchschnittliche Fortbildungsstunden <sup>7</sup>	Stunden	18,4	17,6	20,0	21,6	20,4	Sonstige

\* Die Daten wurden im Rahmen unserer Datenüberprüfung angepasst.

**TRAININGSKATEGORIEN / ANZAHL DER TRAININGSKURSE**

Campus	Anzahl	–	4.320	4.927	5.036	5.761	Sonstige
	%		26,7	30,5	31,7	29,1	Sonstige
Allgemeine Trainings	Anzahl	–	4.949	4.631	4.790	6.128	Sonstige
	%		30,6	28,7	30,2	31,0	Sonstige
Digital	Anzahl	–	2.889	2.531	2.362	3.095	Sonstige
	%		17,9	15,7	14,9	15,6	Sonstige
Persönliche Fähigkeiten	Anzahl	–	1.977	1.886	1.638	1.852	Sonstige
	%		12,2	11,7	10,3	9,4	Sonstige
Führung	Anzahl	–	670	1.004	771	1.018	Sonstige
	%		4,1	6,2	4,9	5,1	Sonstige
Nachhaltigkeit	Anzahl	–	996	802	865	1.107	Sonstige
	%		6,2	5,0	5,5	5,6	Sonstige
Global Onboarding	Anzahl	–	151	140	199	286	Sonstige
	%		0,9	0,9	1,3	1,4	Sonstige
Resilienz	Anzahl	–	–	64	71	87	Sonstige
	%		–	0,4	0,5	0,4	Sonstige
Strategie	Anzahl	–	16	20	21	18	Sonstige
	%		0,1	0,1	0,1	0,1	Sonstige



	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
Verschiedenes	Anzahl	–	200	142	118	433	Sonstige
	%		1,2	0,9	0,7	2,2	Sonstige
<b>MITARBEITER:INNEN MIT KOLLEKTIVVEREINBARUNGEN</b>							
Anteil weltweit <sup>8</sup>	%	49,5	49,0	49,5	48,1	49,4	CSRD S1-8
Deutschland <sup>8</sup>	%	82,2	84,1	83,8	83,3	83,1	CSRD S1-8

<sup>1</sup> Festangestellte Mitarbeiter:innen ohne Auszubildende zum 31. Dezember; Werte sind gerundet.

<sup>2</sup> Aufgrund von Rundungsdifferenzen entspricht die Summe der Anzahl der Arbeitnehmer:innen nach Geschlecht nicht zwingend der in dieser Tabelle ausgewiesenen Gesamtzahl.

<sup>3</sup> Abdeckung von mindestens zehn Prozent der gesamten Belegschaft von Henkel.

<sup>4</sup> Corporate Senior Vice Presidents, Führungskreise I und IIa.

<sup>5</sup> Kündigungen von Mitarbeiter:innen.

<sup>6</sup> Die berufliche Erstausbildung umfasst Auszubildende und Bachelor-Studierende.

<sup>7</sup> Unsere Mitarbeiter:innen haben vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten, die neben den klassischen Fortbildungen und Präsenzseminaren auch digitale Lernmodule sowie Lernen im betrieblichen Alltag beinhalten.

<sup>8</sup> Für die Jahre 2021 bis 2023 umfasst der Indikator sowohl Mitarbeiter:innen, die durch eine unabhängige Gewerkschaft vertreten werden, als auch solche mit Kollektivvereinbarungen. Seit dem Berichtsjahr 2024 umfasst der Indikator ausschließlich Mitarbeiter:innen mit Kollektivvereinbarungen.

## Diversität

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>ALTER UND BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT</b>							
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	Jahre	10,6	10,7	10,9	10,8	10,7	Sonstige
Durchschnittsalter der Mitarbeiter:innen	Jahre	41,2	41,5	41,8	41,7	41,7	Sonstige
<b>Altersgruppe*</b>							
Unter 30 Jahre	Personenzahl <sup>1</sup>	7.750	7.200	6.550	6.600	6.650	CSRD S1-9
	%	14,8	14,0	13,8	14,0	14,0	CSRD S1-9
30–50 Jahre	Personenzahl <sup>1</sup>	33.000	32.300	29.850	29.400	29.650	CSRD S1-9
	%	62,9	63,1	62,5	62,4	62,8	CSRD S1-9
Über 50 Jahre	Personenzahl <sup>1</sup>	11.700	11.700	11.350	11.150	10.950	CSRD S1-9
	%	22,3	22,9	23,8	23,6	23,2	CSRD S1-9
<b>Gesamt</b>	Personenzahl <sup>1</sup>	52.450	51.200	47.750	47.150	47.200	CSRD S1-9

\* Die Altersstruktur bei Henkel spiegelt die Vielfalt unserer Kunden und Märkte wider und ermöglicht es uns, den unterschiedlichen Verbraucher:innen und Marktbedürfnissen gerecht zu werden.



	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>NATIONALITÄTEN</b>							
Anzahl Nationalitäten*	Anzahl	124	124	124	126	125	Sonstige
* Die Internationalität unserer Belegschaft spiegelt unsere Geschäftspolitik wider, einerseits Positionen vor Ort mit lokalen Mitarbeiter:innen und andererseits Stellen in der Konzern-Zentrale in Deutschland international zu besetzen.							
<b>GESCHLECHTERVERTEILUNG AUF DER OBERSTEN FÜHRUNGSEBENE<sup>2</sup></b>							
Männlich	Personenzahl <sup>1,4</sup>	550	500	500	450	450	CSRD S1-9
	%	72,4	70,4	69,3	65,5	63,5	CSRD S1-9
Weiblich	Personenzahl <sup>1,4</sup>	200	200	200	250	250	CSRD S1-9
	%	27,6	29,6	30,7	34,5	36,5	CSRD S1-9
Divers	Personenzahl <sup>1</sup>	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			–	–	CSRD S1-9
	%				–	–	CSRD S1-9
Keine Angaben	Personenzahl <sup>1</sup>	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			–	–	CSRD S1-9
	%				–	–	CSRD S1-9
<b>Gesamt</b>	Personenzahl <sup>1</sup>	750	750	700	700	700	CSRD S1-9
<b>FRAUENANTEIL</b>							
Henkel	%	36,7	37,1	37,7	38,8	39,3	Sonstige
Führungskräfte	%	38,1	38,7	39,5	41,9	43,2	CSRD S1-9
Top-Führungskräfte <sup>2</sup>	%	27,6	29,6	30,7	34,5	36,5	CSRD S1-9
<b>ANGEMESSENE ENTLOHNUNG</b>							
Anteil Mitarbeiter:innen, die eine angemessene Entlohnung erhalten, entsprechend den geltenden Maßstäben	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			100	100	CSRD S1-10
<b>VERGÜTUNGSKENNZAHLEN</b>							
Unbereinigtes geschlechtsspezifisches Verdienstgefälle <sup>3</sup>	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			1,8	0,7	CSRD S1-16
Verhältnis der Vergütung der am höchsten bezahlten Einzelperson zum Median aller Arbeitnehmer:innen	Verhältnis	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			137	142	CSRD S1-16

<sup>1</sup> Festangestellte Mitarbeiter:innen ohne Auszubildende zum 31. Dezember; Werte sind gerundet.

<sup>2</sup> Corporate Senior Vice Presidents, Führungskreise I und IIa.

<sup>3</sup> Ohne die Vorstandsvergütung, da es sich beim Vorstand nicht um Mitarbeiter:innen handelt.

<sup>4</sup> Die Darstellung der Personenzahlen werden auf 50 gerundet, während die Prozentangaben auf den genauen Zahlen basieren. Dies führt zu einer Differenz bei den Prozentwerten, während die gerundeten Personenzahlen identisch bleiben.

## Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>MELDEPFLICHTIGE ARBEITSBEDINGTE ARBEITSUNFÄLLE</b>							
Arbeitnehmer:innen	Anzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			215	186	CSRD S1-14
Fremdarbeitskräfte	Anzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			14	24	CSRD S1-14
Arbeitnehmer:innen und Fremdarbeitskräfte	Rate pro 1 Million geleistete Arbeitsstunden	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			2,3	2,1	CSRD S1-14
<b>UNFALLRATE MIT AUSFALLZEITEN (MIT MINDESTENS EINEM AUSFALLTAG, OHNE WEGEUNFÄLLE)</b>							
Arbeitnehmer:innen	Rate pro 1 Million geleistete Arbeitsstunden	0,66	0,70	0,67	0,64	0,48	CSRD S1-14
Fremdarbeitskräfte, die an Henkel-Standorten tätig sind und im direkten Auftragsverhältnis stehen	Rate pro 1 Million geleistete Arbeitsstunden	0,34	0,58	0,70	0,19	0,60	CSRD S1-14
<b>TODESFÄLLE, DIE AUF ARBEITSBEDINGTE VERLETZUNGEN ZURÜCKZUFÜHREN SIND</b>							
Arbeitnehmer:innen	Anzahl	0	0	1	0	0	CSRD S1-14
Fremdarbeitskräfte	Anzahl	0	0	1	1	0	CSRD S1-14
Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette	Anzahl	0	0	0	1	1	CSRD S1-14
<b>MANAGEMENTSYSTEM FÜR GESUNDHEIT &amp; SICHERHEIT</b>							
Arbeitskräfte des Unternehmens, die durch unser Managementsystem für Gesundheit und Sicherheit abgedeckt sind	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			100	100	CSRD S1-14

## Vorfälle mit erheblichen Auswirkungen

Henkel berichtet offen über Vorfälle, sobald der Schaden für das Unternehmen 500.000 EUR übersteigt und damit mindestens eine der nachstehenden Folgen verbunden ist:

- Vorfälle im Henkel Betrieb mit Auswirkung auf die Nachbarschaft oder oder Gefährdung von Nachbarschaft/Umwelt
- Beteiligung Dritter/nicht routinemäßige Einbindungen
- Mediale Berichterstattung oder erhebliche Reaktionen in der Öffentlichkeit.

Auch die daraus abgeleiteten Maßnahmen werden dargelegt.

### VORFÄLLE

2025	2025 gab es bei Henkel keine Vorfälle mit erheblichen Auswirkungen.
------	---

## Gesellschaftliches Engagement

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT</b>							
Freistellungen von Mitarbeiter:innen von der Arbeit für von ihnen initiierte Projekte	Tage	174	442	512	383	294	Sonstige
Spenden (Geld- und Produktspenden ohne Freistellung von Mitarbeiter:innen)	Tausend Euro	23.815	12.808	12.840	10.756	10.769	Sonstige

## Beiträge zu den Entwicklungszielen der Vereinten Nationen

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>GESELLSCHAFTLICHE FÖRDERPROJEKTE, AUFGETEILT NACH DEN ENTWICKLUNGSZIELEN DER VEREINTEN NATIONEN</b>							
SDG 1: Keine Armut	%	43,5	37,7	32,2	22,4	20,1	Sonstige
SDG 2: Kein Hunger	%	0,7	0,4	1,2	2,6	3,7	Sonstige
SDG 3: Gesundheit und Wohlbefinden	%	18,0	17,0	17,7	38,2	49,4	Sonstige
SDG 4: Hochwertige Bildung	%	20,5	39,2	42,9	18,5	18,7	Sonstige
SDG 5: Geschlechtergleichheit	%	0,2	3,0	3,1	1,9	2,0	Sonstige
SDG 6: Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen	%	0,1	0,7	0,3	0,7	0,7	Sonstige
SDG 7: Bezahlbare und saubere Energie	%	0,1	0,1	0,1	0,4	0,2	Sonstige
SDG 8: Menschenwürdige Arbeitsplätze und Wirtschaftswachstum	%	0,2	0,1	0,1	0,5	0,3	Sonstige
SDG 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur	%	0,2	0,1	0,2	2,1	0,7	Sonstige
SDG 10: Weniger Ungleichheit	%	0,2	0,4	0,3	4,9	1,5	Sonstige
SDG 11: Nachhaltige Städte und Gemeinden	%	11,5	0,1	0,3	2,5	0,4	Sonstige
SDG 12: Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion	%	0,0	0,0	0,1	1,8	0,2	Sonstige
SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz	%	0,0	0,0	0,2	0,5	0,0	Sonstige
SDG 14: Leben unter Wasser	%	0,0	0,1	0,5	0,1	0,1	Sonstige
SDG 15: Leben an Land	%	0,3	0,3	0,4	0,8	0,5	Sonstige
SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen	%	3,8	0,6	0,6	1,8	1,0	Sonstige
SDG 17: Partnerschaften zur Erreichung der Ziele	%	0,5	0,1	0,1	0,1	0,4	Sonstige

# Partner

## Finanzielle Kennzahlen

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
Umsatz	Mio Euro	20.066	22.397	21.514	21.586	20.495	Sonstige
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (bereinigtes EBIT)	Mio Euro	2.686	2.319	2.556	3.089	3.026	Sonstige
Bereinigte Umsatzrendite (bereinigte EBIT-Marge)	%	13,4	10,4	11,9	14,3	14,8	Sonstige
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie (bereinigtes EPS)	Euro	4,56	3,90	4,35	5,36	5,33	Sonstige
Dividende je Stammaktie	Euro	1,83	1,83	1,83	2,02	2,05 <sup>1</sup>	Sonstige
Dividende je Vorzugsaktie	Euro	1,85	1,85	1,85	2,04	2,07 <sup>1</sup>	Sonstige

<sup>1</sup> Vorschlag an die Aktionär:innen für die Hauptversammlung am 27. April 2026.

	Einheit	EUROPA	IMEA	NORDAMERIKA	LATEINAMERIKA	ASIEN / PAZIFIK	CORPORATE	KONZERN	Referenz
<b>UMSATZENTWICKLUNG NACH REGIONEN</b>									
Umsatz 2025 <sup>1</sup>	Mio Euro	7.882	2.135	5.424	1.492	3.411	151	20.495	Sonstige
Umsatz 2024 <sup>1</sup>	Mio Euro	8.048	2.289	6.029	1.636	3.434	149	21.586	Sonstige
Veränderung gegenüber Vorjahr	%	-2,1	-6,7	-10,0	-8,8	-0,7	-	-5,1	Sonstige
Organisch	%	-1,6	12,1	-1,0	-0,5	3,4	-	0,9	Sonstige
Anteil am Konzernumsatz 2025	%	38	10	26	7	17	1	100	Sonstige
Anteil am Konzernumsatz 2024	%	37	11	28	8	16	1	100	Sonstige
Anteil am Konzernumsatz 2023	%	38	10	28	8	15	1	100	Sonstige

<sup>1</sup> Nach Sitz der Gesellschaft.

## EU-Taxonomie

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>CapEx-Anteil aus Waren oder Dienstleistungen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind</b>							
<b>A. TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN</b>							
<b>A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)</b>							
CapEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)	Mio Euro		0	6,8	7,2	7,9	Sonstige
	%		0	1	1	1	Sonstige
<b>A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)</b>							
CapEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)	Mio Euro		226,4	208,4	377,1	311,7	Sonstige
	%		27	24	30	37	Sonstige
A. CapEx taxonomiefähiger Tätigkeiten (A.1 + A.2)	Mio Euro		226,4	215,2	384,3	319,6	Sonstige
	%		27	25	30	38	Sonstige
<b>B. NICHT TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN</b>							
CapEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten	Mio Euro		624,6	648,0	891,1	524,0	Sonstige
	%		73	75	70	62	Sonstige
<b>Gesamt</b>	<b>Mio Euro</b>		<b>851,0</b>	<b>863,2</b>	<b>1.275,4</b>	<b>843,6</b>	<b>Sonstige</b>
	<b>%</b>		<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>Sonstige</b>

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>Anteil des Umsatzes aus Waren oder Dienstleistungen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind</b>							
<b>A. TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN</b>							
<b>A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)</b>							
Umsatz ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)	Mio Euro		0	0	0	0	Sonstige
	%		0	0	0	0	Sonstige
<b>A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)</b>							
Umsatz taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)	Mio Euro		0	0	0	0	Sonstige
	%		0	0	0	0	Sonstige
A. Umsatz taxonomiefähiger Tätigkeiten (A.1 + A.2)	Mio Euro		0	0	0	0	Sonstige
	%		0	0	0	0	Sonstige
<b>B. NICHT TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN</b>							
Umsatz nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten	Mio Euro		22.397,0	21.513,8	21.585,9	20.494,6	Sonstige
	%		100	100	100	100	Sonstige
<b>Gesamt</b>	<b>Mio Euro</b>		<b>22.397,0</b>	<b>21.513,8</b>	<b>21.585,9</b>	<b>20.494,6</b>	<b>Sonstige</b>
	%		<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>Sonstige</b>



	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>OpEx-Anteil aus Waren oder Dienstleistungen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind</b>							
<b>A. TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN</b>							
<b>A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)</b>							
OpEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)	Mio Euro		0	0	0	0	Sonstige
	%		0	0	0	0	Sonstige
<b>A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)</b>							
OpEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)	Mio Euro		0	0	0	0	Sonstige
	%		0	0	0	0	Sonstige
A. OpEx taxonomiefähiger Tätigkeiten (A.1 + A.2)	Mio Euro		0	0	0	0	Sonstige
	%		0	0	0	0	Sonstige
<b>B. NICHT TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN</b>							
OpEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten	Mio Euro		692,0	698,9	723,0	719,4	Sonstige
	%		100	100	100	100	Sonstige
<b>Gesamt</b>	<b>Mio Euro</b>		<b>692,0</b>	<b>698,9</b>	<b>723,0</b>	<b>719,4</b>	<b>Sonstige</b>
	<b>%</b>		<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>Sonstige</b>



## Zertifizierung Managementsysteme

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>EXTERNE ZERTIFIZIERUNG UNSERER MANAGEMENTSYSTEME</b>							
<b>Prozentsatz der abgedeckten Produktionsmenge</b>							
ISO 14001	%	83	85	87	87	86	Sonstige
ISO 9001	%	85	85	87	87	86	Sonstige
ISO 50001	%	54	63	68	70	75	Sonstige
ISO 45001	%	82	86	89	89	87	Sonstige
ISO 27001	%	Seit 2022 neu berichtete Kennzahl	0	3	4	4	Sonstige

## Wertschöpfungsrechnung

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
Umsatzerlöse	Mio Euro	20.066	22.397	21.514	21.586	20.495	Sonstige
	%	98	95	98	96	97	Sonstige
Sonstige Erträge	Mio Euro	391	1.203	438	822	625	Sonstige
	%	2	5	2	4	3	Sonstige
<b>Summe Umsatzerlöse/Erträge</b>	<b>Mio Euro</b>	<b>20.457</b>	<b>23.600</b>	<b>21.952</b>	<b>22.408</b>	<b>21.120</b>	<b>Sonstige</b>
	<b>%</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>Sonstige</b>
Materialaufwand	Mio Euro	9.697	1.166	9.768	9.102	8.502	Sonstige
	%	47	49	45	41	40	Sonstige
Abschreibungen	Mio Euro	978	875	921	826	678	Sonstige
	%	5	4	4	4	3	Sonstige
Sonstige Aufwendungen	Mio Euro	4.052	5.435	5.352	5.540	5.192	Sonstige
	%	20	23	24	25	25	Sonstige
<b>Wertschöpfung</b>	<b>Mio Euro</b>	<b>5.730</b>	<b>5.624</b>	<b>5.911</b>	<b>6.940</b>	<b>6.748</b>	<b>Sonstige</b>
	<b>%</b>	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>27</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>Sonstige</b>



	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>Wertschöpfung – davon erhielten</b>							
Mitarbeiter:innen	Mio Euro	3.450	3.729	3.775	3.960	3.790	Sonstige
	%	60	66	64	57	56	Sonstige
Öffentliche Hand	Mio Euro	561	479	595	733	710	Sonstige
	%	10	9	10	11	11	Sonstige
Zinsaufwand	Mio Euro	89	162	201	215	190	Sonstige
	%	2	3	3	3	3	Sonstige
Aktionär:innen	Mio Euro	798	776	771	850	837	Sonstige
	%	14	14	13	12	12	Sonstige
Fremdgesellschafter	Mio Euro	-5	-5	22	25	23	Sonstige
	%	0	0	0	0	0	Sonstige
Im Unternehmen verblieben	Mio Euro	836	483	547	1.157	1.198	Sonstige
	%	15	9	9	17	18	Sonstige

## Unternehmensethik

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>VORFÄLLE, BESCHWERDEN UND SCHWERWIEGENDE AUSWIRKUNGEN IM ZUSAMMENHANG MIT MENSCHENRECHTEN</b>							
Vorfälle von Diskriminierung, einschließlich Belästigung, die gemeldet und behandelt wurden	Anzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			12	15	CSRD S1-17
Ermahnungen aufgrund von Compliance-relevanten Verstößen	Anzahl	4	10	11	18	9	CSRD S1-17
Kündigungen aufgrund von Compliance-relevanten Verstößen	Anzahl	27	29	29	23	31	CSRD S1-17
Beschwerden, die über unser Hinweisgebersystem gemeldet wurden	Anzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			208	259	CSRD S1-17
Gesamtbetrag der wesentlichen Geldbußen, Sanktionen und Schadenersatzzahlungen	Anzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			0	0	CSRD S1-17



## Lieferkettentransparenz

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>TRANSPARENZ IN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE<sup>1</sup></b>							
Vollständige Rückverfolgbarkeit und Transparenz des für unsere Produkte eingesetzten Palm- und Palmkernöls <sup>2</sup>	%	84	89	89	95	95	CSRD E4-4
Rückverfolgbarkeit bis zur Raffinerie	%	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			95	95	CSRD E4-4
Rückverfolgbarkeit bis zur Ölmühle	%	84	89	89	94	93	CSRD E4-4
Rückverfolgbarkeit bis zur Plantage	%	42	50	52	65	79	CSRD E4-4

<sup>1</sup> Die zugrunde liegenden Daten des Berichtsjahres basieren auf Lieferantendaten des Vorjahres.

<sup>2</sup> Prozentsatz des eingekauften Palmöls, Palmkernöls und ihrer Derivate, mit Rückverfolgbarkeit bis zur Raffinerie, Ölmühle oder Plantage.

## Governance

	Einheit	2021	2022	2023	2024	2025	Referenz
<b>FÜHRUNGSSTRUKTUR UND DIVERSITÄT</b>							
<b>Anzahl Vorstandsmitglieder</b>	Personenanzahl	6	5	5	5	5	CSRD ESRS 2
davon männlich	Personenanzahl	5	4	4	4	4	CSRD ESRS 2
davon weiblich	Personenanzahl	1	1	1	1	1	CSRD ESRS 2
<b>Anzahl Aufsichtsratsmitglieder</b>	Personenanzahl	16	16	16	16	16	CSRD ESRS 2
<b>Anzahl der Aktionärsvertreter:innen im Aufsichtsrat</b>	Personenanzahl	8	8	8	8	8	CSRD ESRS 2
davon männlich	Personenanzahl	5	5	5	4	4	CSRD ESRS 2
davon weiblich	Personenanzahl	3	3	3	4	4	CSRD ESRS 2
<b>Anzahl Arbeitnehmervertreter:innen im Aufsichtsrat</b>	Personenanzahl	8	8	8	8	8	CSRD ESRS 2
davon männlich	Personenanzahl	4	4	5	5	5	CSRD ESRS 2
davon weiblich	Personenanzahl	4	4	3	3	3	CSRD ESRS 2
<b>Anzahl Mitglieder des Gesellschafterausschusses</b>	Personenanzahl	10	10	10	10	10	CSRD ESRS 2
davon männlich	Personenanzahl	9	9	9	9	8	CSRD ESRS 2
davon weiblich	Personenanzahl	1	1	1	1	2	CSRD ESRS 2
<b>ANZAHL GREMIENSITZUNGEN ZU NACHHALTIGKEITSTHEMEN</b>							
<b>Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgan</b>							
Vorstand	Anzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			11	7	CSRD ESRS 2
Sustainability Council	Anzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			6, zusätzlich 5 Sondersitzungen anlässlich des CSRD-Implementierungsprogramms	6	CSRD ESRS 2
Gesellschafterausschuss	Anzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			2	3	CSRD ESRS 2
Aufsichtsrat	Anzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			1	3	CSRD ESRS 2
Prüfungsausschuss	Anzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			3	2	CSRD ESRS 2
Nachhaltigkeitsausschuss	Anzahl	Seit 2024 neu berichtete Kennzahl			2	4	CSRD ESRS 2

# IMPRESSUM

## Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf

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

© 2026 Henkel AG & Co. KGaA

Corporate Sustainability Management

E-Mail: [sustainability@henkel.com](mailto:sustainability@henkel.com)

## Datum der Veröffentlichung

14. April 2026

PR-Nr.: 04 26 0

## Konzept, Design und Satz

RYZE Digital

[www.ryze-digital.de](http://www.ryze-digital.de)

## Konzeptentwicklung und Redaktion

Universal Reporting

[www.universalreporting.de](http://www.universalreporting.de)

## Fotografie

10'000 Hours; Abstract Aerial Art;

Andre2013; Andrey Rudakov / Bloomberg;

Anna Efetova; Bahar Cabbar; borchee;

Buena Vista Images; Cheryl Pan; Christoph

Bender; Claudia Kempf; d3sign; Daniel Koke;

DC Berlin; Emmanuel Martin; Frankly;

frederic gombert / 500px; FreshSplash;

Gorodenkoff; Habitat for Humanity;

Henkel; Hiramán; Jen Krause; Jonathan

Knowles; Justin Paget; Klaus Vedfelt;

LaylaBird; Maki Nakamura; Mandy Disher

Photography; Marco Klahold; Margarita

Hernández; Maskot; Matthias Hewing;

Michael Hall; Michael Neuhaus; Milan

Markovic; miodrag ignjatovic; MirageC;

Morsa Images; MTStock Studio; nazar\_ab;

Nils Hendrik Müller; Noko LTD; Nora Carol

Photography; Oscar Wong; Philip Thurston;

Philipp Romppel; PhotoAlto / Frederic

Cirou; Photos for You; Revo GmbH;

Ruedinger Nehmzow; sanjeri; Sergey Ryumin;

Solidaridad; Steffen Hauser; Surasak

Suwanmake; thianchai sitthikongsak;

Thomas Barwick; Thomas Bauer; WBCSD;

Westend61

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.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel AG & Co. KGaA beruhen. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der Henkel AG & Co. KGaA und ihren verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, zum Beispiel das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung. Dieses Dokument wurde nur zu Informationszwecken erstellt und stellt somit weder eine Anlageberatung noch ein Angebot zum Verkauf oder eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren irgendwelcher Art dar.



# 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. Eine Zukunft, in der gesellschaftlicher Fortschritt, ein lebenswertes Umfeld und wirtschaftlicher Erfolg gleichermaßen gesichert sind. Damals wie heute werden wir von unserem Pioniergeist angetrieben, zukunfts-fähige Produkte und Lösungen zu entwickeln. Denn wir sind „Pioneers at heart for the good of generations“.