

HENKEL *HIGHLIGHTS* **2021**



INHALT

- 2** Über Henkel
- 4** Unsere Zukunft gestalten
- 6** Unser Vorstand
- 8** Henkel 2021
- 9** Finanzkennzahlen
- 10** Adhesive Technologies
- 12** Beauty Care
- 14** Laundry & Home Care
- 16** Finanzen
- 18** Unsere Mitarbeiter:innen
- 20** Nachhaltigkeit
- 22** Unser Engagement für die Gesellschaft

ÜBER HENKEL

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

Unser Unternehmenszweck beschreibt, was uns alle bei Henkel verbindet: *Pioneers at heart for the good of generations*. Wir sind ein diverses Team von mehr als 52.000 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 UNTERNEHMENS- ZWECK

Pioneers at heart
for the good
of generations.



UNSERE VISION

Win the 20s by outper-
forming the markets
through innovative and
sustainable solutions.



UNSERE WERTE

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

Wir schätzen, fordern und fördern unsere **Mitarbeiter:innen**.

Wir streben exzellenten, nachhaltigen **wirtschaftlichen
Erfolg** an.

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

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

UNSERE ZUKUNFT GESTALTEN

Wir gestalten unsere Zukunft auf der Grundlage eines langfristigen strategischen Rahmens, der auf unserem Unternehmenszweck und unseren Werten basiert. Mit diesem strategischen Rahmen wollen wir in der laufenden Dekade erfolgreich sein. Dabei legen wir einen klaren Fokus auf ganzheitliches Wachstum („Purposeful Growth“). Das bedeutet, dass wir herausragenden Wert für Kunden und Konsument:innen schaffen wollen, um das Wachstum unserer Märkte zu übertreffen, unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit stärken und unsere Mitarbeiter:innen dabei unterstützen, sich bei Henkel beruflich und persönlich weiterzuentwickeln.

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

GANZHEITLICHES **WACHSTUM**

ERFOLGREICHES
PORTFOLIO

WETTBEWERBSVORTEILE

INNOVATION

NACH-
HALTIGKEIT

DIGITALI-
SIERUNG

ZUKUNFTSFÄHIGE
**GESCHÄFTS-
PROZESSE**

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

UNSER **VORSTAND**



CARSTEN KNOBEL

Vorsitzender des Vorstands

Geboren in Marburg / Lahn, Deutschland,
am 11. Januar 1969;
seit 1995 bei Henkel

MARCO SWOBODA

Mitglied des Vorstands
Finanzen / Einkauf / Global Business Solutions

Geboren in Velbert, Deutschland,
am 23. September 1971;
seit 1997 bei Henkel



SYLVIE NICOL

Mitglied des Vorstands
Personal / Infrastruktur-Services

Geboren in Paris, Frankreich,
am 28. Februar 1973;
seit 1996 bei Henkel

JAN-DIRK AURIS

Mitglied des Vorstands
Adhesive Technologies

Geboren in Köln, Deutschland,
am 1. Februar 1968;
seit 1984 bei Henkel



BRUNO PIACENZA

Mitglied des Vorstands
Laundry & Home Care

Geboren in Paris, Frankreich,
am 22. Dezember 1965;
seit 1990 bei Henkel



WOLFGANG KÖNIG

Mitglied des Vorstands
Beauty Care

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

HENKEL 2021

ERFOLG MIT MARKEN
UND TECHNOLOGIEN SEIT

145
JAHREN

DREI UNTERNEHMENSBEREICHE



**ADHESIVE
TECHNOLOGIES**



BEAUTY CARE



**LAUNDRY &
HOME CARE**

FÜHRENDE MARKEN



52.450

MITARBEITER:INNEN AUS

124

NATIONEN

ANTEIL WEIBLICHER
FÜHRUNGSKRÄFTE

38,1%

WENIGER CO₂-EMISSIONEN
PRO TONNE PRODUKT ¹

-50%

GESELLSCHAFTLICHE
PROJEKTE

2.050

¹ Die Kennzahl bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2021 im Vergleich zum Basisjahr 2010.

FINANZKENNZAHLEN

UMSATZ

20,1 Mrd €

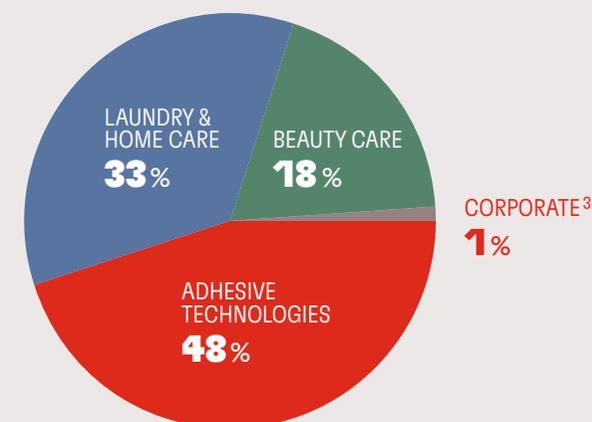
BEREINIGTES¹
BETRIEBLICHES ERGEBNIS (EBIT)

2.686 Mio €

ORGANISCHES
UMSATZWACHSTUM

7,8%

UMSATZ NACH
UNTERNEHMENSBEREICHEN



BEREINIGTE¹ UMSATZRENDITE
(EBIT-MARGE)

13,4%

BEREINIGTES¹ ERGEBNIS
JE VORZUGSAKTIE

4,56€

DIVIDENDE
JE VORZUGSAKTIE²

1,85€

UMSATZ NACH REGIONEN⁴



¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

² Vorschlag an die Aktionär:innen für die Hauptversammlung am 4. April 2022.

³ Corporate = Umsätze und Leistungen, die nicht den Unternehmensbereichen zugeordnet werden können.

⁴ Inklusive 1% Corporate.

⁵ Osteuropa, Afrika / Nahost, Lateinamerika, Asien (ohne Japan).

ADHESIVE TECHNOLOGIES

Unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist weltweit führend mit Technologien zum Kleben, Dichten und Beschichten – sowohl für industrielle Anwendungen als auch für Konsument:innen und Handwerker:innen. Als Branchen- und Anwendungsexperten in den Fertigungsindustrien arbeiten wir eng mit unseren Kunden und Partnern zusammen. Basierend auf unserem starken Technologieportfolio entstehen daraus maßgeschneiderte Lösungen in den Geschäftsfeldern Automobil & Metall, Verpackungen & Konsumgüter, Elektronik & Industrie sowie Handwerk, Bau & Gewerbe. Im Jahr 2021 lag der Umsatzanteil mit Produkten, die wir innerhalb der letzten fünf Jahre im Markt eingeführt haben, bei rund 30 Prozent.

www.henkel.de/adhesive-technologies

TOP-MARKEN

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

KENNZAHLEN 2021

UMSATZ

9.641 Mio €

ORGANISCHES
UMSATZWACHSTUM

13,4%

BEREINIGTES¹ BETRIEBLICHES
ERGEBNIS (EBIT)

1.561 Mio €

BEREINIGTE¹ UMSATZRENDITE
(EBIT-MARGE)

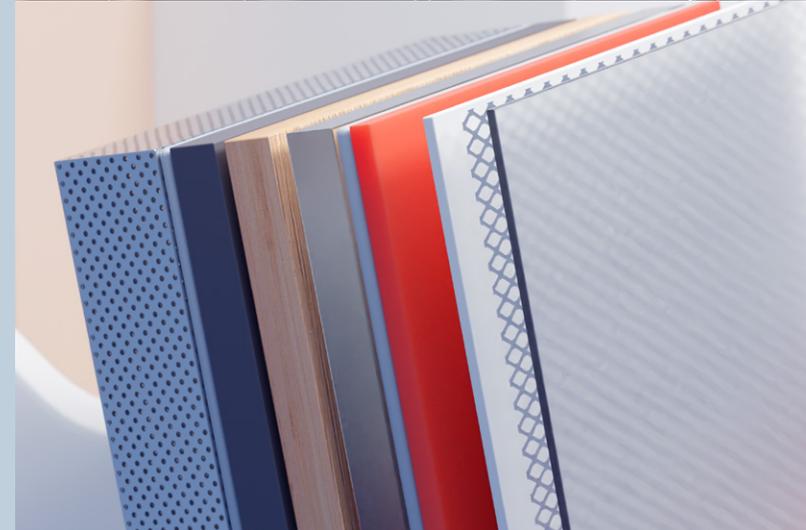
16,2%

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

ZUSAMMENARBEIT FÜR INNOVATION

Im neuen Inspiration Center in Düsseldorf bringen wir Menschen und Unternehmen aus allen Branchen zusammen, um gemeinsam Innovationen für die Zukunft zu entwickeln.

Adhesive Technologies bietet seit 100 Jahren hochwirksame Lösungen für unterschiedlichste Märkte und Anwendungen weltweit. Unsere Expert:innen wissen daher, dass Innovationen durch Zusammenarbeit noch besser werden. Unser Inspiration Center stärkt die Zusammenarbeit von Henkel mit unseren Lieferanten und Kunden sowie Partnern aus Industrie, Wissenschaft und anderen Bereichen. Gemeinsam schaffen wir Lösungen für Megatrends wie Mobilität, Konnektivität und Nachhaltigkeit. So helfen wir unseren Kunden, schneller denn je Antworten auf ihre wichtigsten Herausforderungen zu finden.



BEAUTY CARE

Mit unserem Unternehmensbereich Beauty Care sind wir weltweit tätig in den Bereichen Haarkosmetik, Körperpflege, Hautpflege und Mundpflege. Wir besetzen mit unseren international bekannten Marken wie Schwarzkopf, Dial oder Syoss in vielen Märkten und Kategorien führende Positionen. Der Erfolg im Konsumentengeschäft basiert auf verbraucherorientierten Innovationen und höchsten Qualitätsstandards. Zu unserem Portfolio gehören auch Produkte für Friseur:innen, die mit ihren Kreationen immer neue Trends setzen. Mit unseren bekannten Marken Schwarzkopf Professional, Joico und Kenra zählen wir im Friseurgeschäft weltweit zu den drei führenden Anbietern. Im Jahr 2021 lag der Umsatzanteil mit Produkten, die wir innerhalb der letzten drei Jahre im Markt eingeführt haben, bei rund 55 Prozent.

www.henkel.de/beauty-care

TOP-MARKEN



SYOSS

KENNZAHLEN 2021

UMSATZ

3.678 Mio €

ORGANISCHES
UMSATZWACHSTUM

1,4%

BEREINIGTES¹ BETRIEBLICHES
ERGEBNIS (EBIT)

351 Mio €

BEREINIGTE¹ UMSATZRENDITE
(EBIT-MARGE)

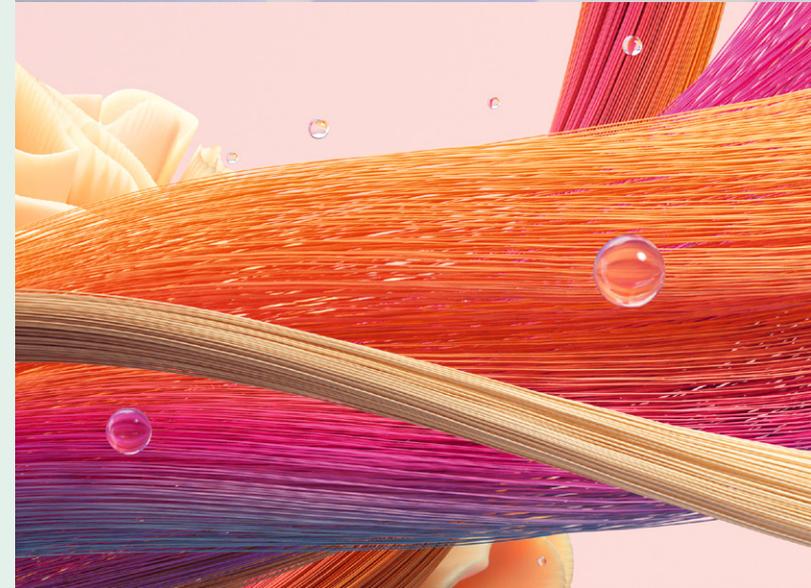
9,5%

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

MADE IN BERLIN. CREATED FOR **YOU.**

Ein Ort, der Treffpunkt, Erlebnis und Inspiration zugleich ist: Schwarzkopf hat sein weltweit erstes House of Schwarzkopf in Berlin eröffnet und verbindet so Geschichte, Handwerkskunst und Innovation in einem Store- und Salonkonzept. Es lädt dazu ein, die Marke Schwarzkopf neu zu entdecken und ganzheitlich zu erleben.

Personalisierung ist das zentrale Element im House of Schwarzkopf: So werden die Besucher:innen dazu eingeladen, die eigene Schönheit zu entdecken und zu gestalten. Vom Ausprobieren neuer Haarfarben im Magic-Mirror dank modernster AR-Technologie über das sensorische Erleben der Schwarzkopf-Düfte bis hin zu personalisierten Schwarzkopf-Produkten – das House of Schwarzkopf wird für seine Besucher:innen zum persönlichen Erlebnis.



LAUNDRY & HOME CARE

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care hält mit seinen starken Marken in den Geschäftsfeldern Laundry Care (Waschmittel) und Home Care (Reinigungsmittel) führende Marktpositionen weltweit. Zu den größten Marken gehören Persil, all und Bref. Unsere Wasch- und Reinigungsmittel sind wichtiger Bestandteil und täglicher Begleiter im Leben der Verbraucher:innen. Unser Portfolio reicht von Universal- und Spezialwaschmitteln über Geschirrspülmittel, Oberflächenreiniger und WC-Reiniger bis hin zu Insektenschutz-Produkten. Innovationen spielen eine entscheidende Rolle für den Geschäftserfolg: Der Anteil des Umsatzes mit Produkten, die innerhalb der letzten drei Jahre im Markt eingeführt wurden, lag 2021 bei rund 50 Prozent.

www.henkel.de/laundry-and-home-care

TOP-MARKEN

Persil



Bref

KENNZAHLEN 2021

UMSATZ

6.605 Mio €

ORGANISCHES
UMSATZWACHSTUM

3,9%

BEREINIGTES¹ BETRIEBLICHES
ERGEBNIS (EBIT)

904 Mio €

BEREINIGTE¹ UMSATZRENDITE
(EBIT-MARGE)

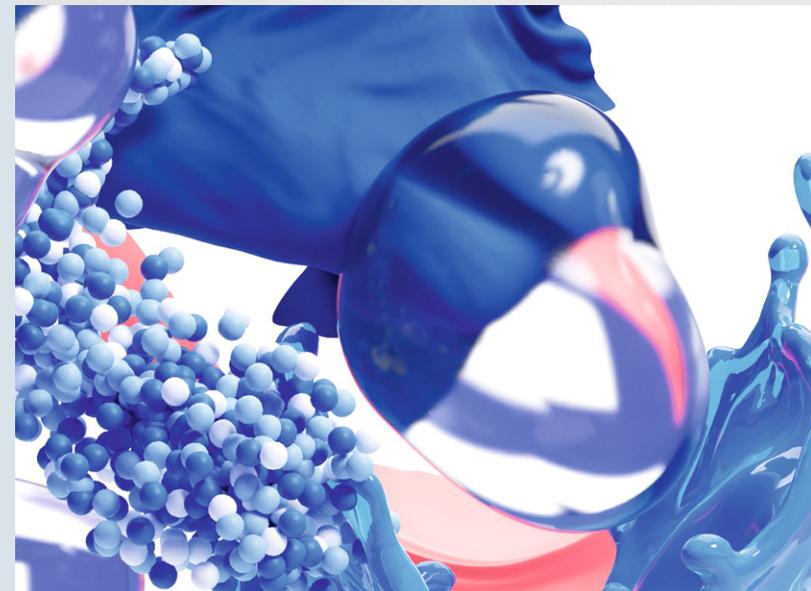
13,7%

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

ERFOLGSGESCHICHTE CAPS

Unsere Premium-Marke Persil hat sich mit den Persil Discs erfolgreich in der Produktkategorie Caps im Markt etabliert. Die ersten 4-Kammern-Caps im Bereich vordosierte Waschmittel überzeugen die Verbraucher:innen durch ihre starke Leistung und das praktische Handling. Die konzentrierte Formel sorgt für eine perfekt saubere und angenehm frisch duftende Wäsche und die einfache Anwendung spart Zeit.

Inzwischen sind die Caps das am schnellsten wachsende Segment im Waschmittelmarkt: Sie machen hier bereits ein Fünftel in Europa aus und ihr Anteil wächst dynamisch. Daher schreiben wir die Erfolgsgeschichte in allen Kategorien und Preissegmenten fort. Caps wurden vor Kurzem von Spee, Weißer Riese und Perwoll auf den Markt gebracht – zuletzt mit der Einführung der Trio Caps unter diesen drei Marken. Mit Geschirrspülmaschinen-Caps von Somat überträgt Henkel die erfolgreiche Technologie nun auch auf die Reinigungsmittelkategorie.



FINANZEN

In einem volatilen Marktumfeld ermöglichen effiziente und flexible Prozesse die erfolgreiche Entwicklung unserer Unternehmensbereiche. In unserer globalen Finanzorganisation steuern wir daher unsere Arbeitsabläufe ganzheitlich und integriert: im Finanzmanagement, im Einkauf und im Bereich Global Business Solutions mit unseren Shared Service Centern weltweit. Die Digitalisierung erhöht dabei die Effizienz und Flexibilität, generiert neue Erkenntnisse und fördert die weltweite Kommunikation. So können wir noch besser und schneller auf die zunehmende Dynamik in unseren Märkten sowie auf neue Konsumentenbedürfnisse reagieren und in unsere Geschäfte für zukünftiges Wachstum investieren.

www.henkel.de/investor-relations

FREE CASHFLOW¹

1.478 Mio €

AKQUISITIONEN /
INVESTITIONEN¹

802 Mio €

NETTOUMLAUFVERMÖGEN
IN PROZENT VOM UMSATZ¹

2,2%

STEUERQUOTE¹

24,2%

¹ Bezogen auf das Geschäftsjahr 2021.

NACHHALTIGE FINANZIERUNG

Wir haben unser Engagement im Bereich „Sustainable Finance“ weiter ausgebaut und ein Rahmenkonzept für die Platzierung von nachhaltigen Anleihen festgelegt. Damit schaffen wir eine direkte Verbindung zwischen unserer Nachhaltigkeitsstrategie und der Finanzierungsstrategie. Das Rahmenkonzept ermöglicht die Emission von zwei Anleihearten: Sustainability-Linked Bonds und Green Bonds. Für die erste Anleiheform werden die Finanzierungskosten an die Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele gekoppelt, während die Emissionserlöse der Green Bonds für Investitionen in nachhaltige Projekte verwendet werden.

Das Rahmenwerk erlaubt uns den schnellen und flexiblen Zugang zu nachhaltigen Finanzierungen und erschließt eine breitere Investorenzielgruppe. Gleichzeitig unterstreichen wir damit den Anspruch, unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, und das kontinuierliche Engagement unseres Finanz-Teams, aktiv unsere Nachhaltigkeitsagenda zu unterstützen.



UNSERE MITARBEITER:INNEN

Bei Henkel treffen innovative Technologien auf Konsumgüter. Unser globales Team, das aus rund 52.450 Mitarbeiter:innen mit unterschiedlichen Hintergründen, Erfahrungen und Fähigkeiten besteht, ist die Grundlage für unseren Erfolg. Unternehmergeist hat bei uns Tradition: Wir haben den Mut, Dinge zu verändern und uns ständig zu verbessern. Gemeinsam streben wir danach, das Leben von Menschen durch unsere Produkte, Dienstleistungen und Ideen zu verbessern. Wir wollen, dass sich unsere Mitarbeiter:innen beruflich und persönlich weiterentwickeln. Daher bieten wir viele Möglichkeiten, zu lernen, gefördert zu werden und vielfältige und internationale Erfahrungen zu sammeln.

www.henkel.de/karriere

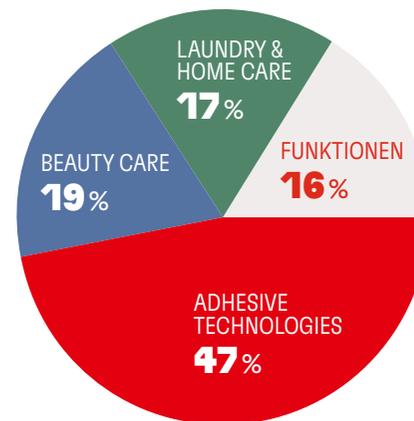
MITARBEITER:INNEN
AUS 124 NATIONEN

52.450

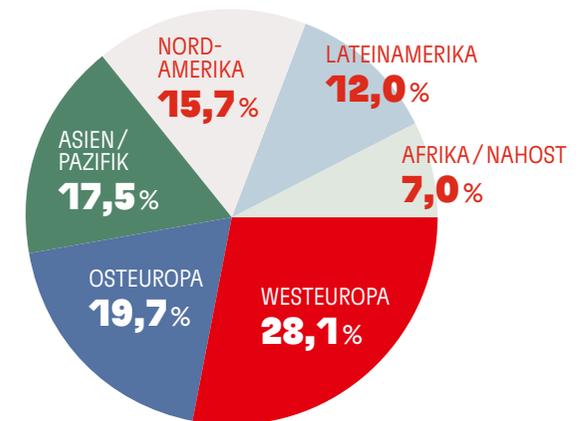
ANTEIL WEIBLICHER
FÜHRUNGSKRÄFTE

38,1%

MITARBEITER:INNEN NACH
ORGANISATIONSEINHEITEN ¹



MITARBEITER:INNEN NACH
REGIONEN ¹



¹ Stand: 31.12.2021.

SMART WORK

Bei Henkel messen wir Leistung am Ergebnis und nicht an Präsenz. Deswegen sind mobiles Arbeiten und virtuelle Zusammenarbeit bereits seit vielen Jahren gelebte Realität. Vieles wurde durch die globale Pandemie beschleunigt. Es wurde deutlich, wie gut virtuelle Zusammenarbeit und mobiles Arbeiten funktionieren, aber auch, wie wichtig es ist, als Team zusammenzukommen. Unsere Standorte und Büros werden stets Orte sein, um gemeinsam zu arbeiten und sich mit Kolleg:innen auszutauschen. Gleichzeitig steht eine zukunftsorientierte Arbeitsumgebung aber auch für mehr Flexibilität und Freiraum für die Mitarbeiter:innen.

Henkel hat im Jahr 2021 das ganzheitliche Konzept „Smart Work“ entwickelt, mit dem wir die Zukunft der Arbeit gestalten. Das Konzept bietet nicht nur einen globalen Rahmen für mobiles Arbeiten, sondern zeigt Potenziale auf: wie die Gestaltung unserer Büros die Zusammenarbeit fördern kann, wie unser Gesundheitsprogramm stärker zum Wohlbefinden unserer Mitarbeiter:innen beitragen und wie die Digitalisierung eine noch schnellere und einfachere Zusammenarbeit bewirken kann.



NACHHALTIGKEIT

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie spiegelt den klaren Fokus unseres Unternehmens auf ganzheitliches Wachstum wider. Wir wollen mehr Wert für alle Stakeholder schaffen, unser Geschäft verantwortlich und wirtschaftlich erfolgreich weiterentwickeln und unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit ausbauen. Mit unserem Pioniergeist, unserem Wissen, unseren Produkten und Technologien wollen wir Tag für Tag das Leben von Milliarden Menschen bereichern und verbessern sowie eine lebenswerte Zukunft für kommende Generationen gestalten. Nachhaltiges Wirtschaften ist nicht nur seit Jahrzehnten fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur, sondern ein zentrales Element unserer Vision der Zukunft.

www.henkel.de/nachhaltigkeit

WENIGER CO₂-EMISSIONEN
PRO TONNE PRODUKT¹

-50 %

ANTEIL AN RECYCELTEM
KUNSTSTOFF IN UNSEREN
KONSUMGÜTERVERPACKUNGEN

18 %

WENIGER WASSER
PRO TONNE PRODUKT¹

-28 %

VERBESSERUNG
DES LEBENS VON
MENSCHEN WELTWEIT

7,03 Mio

AUSGEZEICHNETE PERFORMANCE IN RATINGS UND RANKINGS



¹ Die Kennzahlen beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2021 im Vergleich zum Basisjahr 2010.

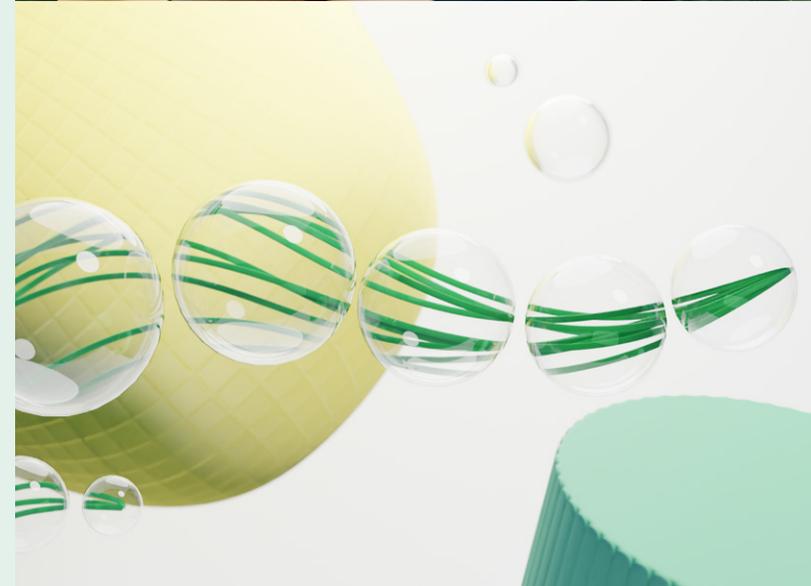
UNSERE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Aufbauend auf unserer bisherigen Strategie haben wir unser „2030+ Sustainability Ambition Framework“ entwickelt, das drei Dimensionen umfasst:

Natur: *Wir wollen eine kreislaforientierte und CO₂-neutrale Zukunft ermöglichen. Hierfür gestalten wir unser Geschäft, unsere Produkte und unsere Rohstoffe auf der Basis innovativer Technologien um.*

Gemeinschaft: *Wir werden mit unserem Unternehmen und unseren Marken Menschen helfen, ein besseres Leben zu führen. Dafür fördern wir Teilhabe und Bildung und stärken Gesundheit und Wohlergehen.*

Partner: *Wir steigern unsere Leistung und treiben den Systemwandel mit Integrität voran – basierend auf unseren Unternehmenswerten, wissenschaftlichen Erkenntnissen und unserer Leidenschaft für innovative Technologien.*



UNSER ENGAGEMENT FÜR DIE GESELLSCHAFT

Freiwilliges gesellschaftliches Engagement ist seit der Gründung von Henkel ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Gemeinsam mit Mitarbeiter:innen und Pensionär:innen, Kunden, Verbraucher:innen und gemeinnützigen Organisationen setzen wir uns weltweit in unserem gesellschaftlichen Umfeld ein. Unsere Aktivitäten beruhen auf drei Säulen: freiwilliges ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter:innen und Pensionär:innen, gesellschaftliche Partnerschaften und Nothilfe. Unser übergreifendes Ziel, im Rahmen dieses Engagements 20 Millionen Menschen bis 2025 zu erreichen, haben wir bereits 2021 übertroffen. Für 2030 haben wir uns das Ziel gesetzt, dazu beizutragen, das Leben von 30 Millionen Menschen weltweit zu verbessern.



EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT

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



GESELLSCHAFTLICHE PARTNERSCHAFTEN

Mithilfe von Partnerschaften fördern wir an Henkel-Standorten weltweit gesellschaftliche Initiativen und öffentliche Einrichtungen. Das Hauptziel ist es, die Zukunftsfähigkeit der Gesellschaft durch Bildung zu fördern.



NOTHILFE

Nach Naturkatastrophen reagiert Henkel schnell und unbürokratisch und bietet Soforthilfe in enger Zusammenarbeit mit der Fritz Henkel Stiftung an.

10 JAHRE FRITZ HENKEL **STIFTUNG**

Mit der Gründung der Fritz Henkel Stiftung im Jahr 2011 haben wir unser langfristiges Bekenntnis, uns über die eigene Geschäftstätigkeit hinaus zu engagieren, noch einmal unterstrichen. Den Schwerpunkt ihrer Förderung legt die Stiftung, die unabhängig vom Unternehmen agiert, darauf, die Chancengleichheit und den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken. Der gleichberechtigte Zugang zu Bildung ist dabei der Schlüssel für mehr gesellschaftliche Teilhabe.

Seit ihrer Gründung vor zehn Jahren hat die Stiftung Spenden und Fördermittel in Höhe von rund 30 Millionen Euro bereitgestellt, über 4.000 gesellschaftliche Projekte gefördert und rund 3,5 Millionen Menschen in mehr als 100 Ländern unterstützt. Anlässlich ihres zehnjährigen Bestehens hat die Stiftung eine Sonderspende in einer Gesamthöhe von 100.000 Euro ausgelobt, die zehn sozialen Projekten weltweit zugutekommt.



WOLLEN SIE MEHR ÜBER HENKEL ERFAHREN?

Besuchen Sie unsere Webseite:

www.henkel.de

Unsere Finanzpublikationen:

www.henkel.de/berichte

Unsere Nachhaltigkeitsberichte:

www.henkel.de/nachhaltigkeit/berichte

Unser Karriere-Bereich:

www.henkel.de/karriere

Die Henkel App ist verfügbar für iOS und Android:



HENKEL IN SOCIAL MEDIA



www.linkedin.com/company/henkel

www.twitter.com/henkel

www.facebook.com/henkeldeutschland

www.instagram.com/henkel

www.youtube.com/henkel

SPOTLIGHT-MAGAZIN

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

www.henkel.de/spotlight



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

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

KARRIERE BEI HENKEL

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

Informieren Sie sich:

www.henkel.de/karriere

IMPRESSUM

Herausgeber

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

© 2022 Henkel AG & Co. KGaA

Druck

Druckpartner, Essen

Design und Realisierung

MPM Corporate Communication Solutions, Mainz

Lektorat

Thomas Krause, Krefeld

PR-Nr.: 02 22 500

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.

KONTAKTE

Corporate Communications

Telefon: +49 (0) 211 / 797-35 33
E-Mail: corporate.communications@henkel.com

Investor Relations

Telefon: +49 (0) 211 / 797-39 37
E-Mail: info@ir.henkel.com