



HENKEL HIGHLIGHTS

20
24



Henkel

SADRŽAJ

- 2 O Henkelu
- 4 Henkel u 2024.
- 6 Oblikujemo našu budućnost
- 8 Naša strategija održivosti
- 10 Ključni financijski podaci
- 12 Ljepila i tehnologije
- 16 Consumer Brands
- 20 Klima
- 22 Partner od povjerenja
- 25 Održive financije
- 26 Naši ljudi
- 28 Uspješne zajednice

○ HENKELU

Fritz Henkel osnovao je naše društvo 1876. Zahvaljujući našim poslovnim jedinicama Ljepila i tehnologije i Consumer Brands držimo vodeće položaje na tržištu u poslovanju s industrijskim proizvodima i robom široke potrošnje. Proizvodi i tehnologije koje stavljamo na tržište u sklopu naših jakih brendova, kao što su Loctite, Schwarzkopf i Persil, bitan su dio svakodnevnog života ljudi u više od 100 država.

Naša svrha odražava ono što nas sve spaja u Henkelu: *Pioneers at heart for the good of generations*. Raznolik smo tim od oko 47.000 zaposlenika diljem svijeta i svakodnevno nastojimo obogatiti i unaprijediti živote svojim proizvodima, uslugama i rješenjima. Naša svrha potječe iz naših korijena i budućnost prenosi dugogodišnje naslijeđe inovacija, odgovornosti i održivosti.

NAŠA SURHA

Pioneers at heart
for the good
of generations

NAŠE VRIJEDNOSTI

Naši su **kupci i potrošači** temelj svega što radimo.

Cijenimo, motiviramo i nagrađujemo naše **zaposlenike**.

Vodimo odlično održivo **financijsko poslovanje**.

Predani smo tome da budemo predvodnici po pitanju **održivosti**.

Svoju budućnost oblikujemo s pomoću snažnog poduzetničkog duha koji se temelji na našoj **tradiciji obiteljskog poslovanja**.

NAŠA VIZIJA

Biti na vodećem mjestu u novom desetljeću ostvarivanjem najboljih rezultata na tržištu zahvaljujući inovativnim i održivim rješenjima.

HENKEL

2024

USPJEH S BRENDOVIMA I
TEHNOLOGIJAMA VEĆ

148

GODINA

DVIJE
POSLOVNE JEDINICE

**LJEPILA I
TEHNOLOGIJE I
CONSUMER
BRANDS**

NAŠI GLAVNI BRENDovi

LOCTITE


Schwarzkopf

Persil

ZAPOSLENICI
IZ 126 DRŽAVA

47.150

UDIO ŽENA NA
RUKOVODEĆIM POZICIJAMA

41,9 %

SMANJEN OPSEG 1, 2, 3
EMISIJA STAKLENIH PLINOVA
(GHG-GREEN HOUSE GAS)¹

-20 %

UDIO RECIKLIRANE
PLASTIKE ZA SVU AMBALAŽU
PROIZVODA CONSUMER
BRANDS

25 %

¹ Brojke se odnose na poslovnu godinu 2024. u odnosu
na polaznu godinu 2010.

161

PROIZVODNA LOKACIJA
ŠIROM SVIJETA

PRODAJA

€ 21,6 mlrd.

SJEDIŠTE U

Düsseldorf

53

ZEMLJE U KOJIMA
PROIZVODIMO



OBLIKOVANJE NAŠE **BUDUĆNOSTI**

Svoju budućnost oblikujemo na temelju dugoročnog strateškog okvira koji se nadograđuje na našu svrhu i naše vrijednosti.

Naš strateški okvir jasno je usredotočen na svrhovit rast. To znači da nam je cilj kupcima i potrošačima ponuditi najbolju vrijednost kako bismo zauzeli vodeći položaj na tržištu, te ojačati naše vodstvo na području održivosti i omogućiti našim zaposlenicima profesionalni i osobni rast u Henkelu.

Ključni su elementi našeg strateškog okvira pobjednički asortiman, jasna konkurentska prednost u područjima inovacija, održivosti i digitalizacije te operativni modeli spremni za budućnost koji se oslanjaju na čvrste temelje kulture suradnje i ljudi kojima je omogućeno da djeluju i odlučuju.

SVRHOVIT **RAST**

POBJEDNIČKI
ASORTIMAN

**KONKURENTSKA
PREDNOST**

INOVACIJA

ODRŽIVOST

DIGITALIZACIJA

**OPERATIVNI
MODELI**
SPREMNI ZA
BUDUĆNOST

KULTURA **SURADNJE** | **LJUDI**
KOJI DJELUJU | ODLUČUJU

NAŠA STRATEGIJA ODRŽIVOSTI

Održive poslovne prakse već su desetljećima sastavni dio naše poslovne kulture i središnji su element naše vizije budućnosti.

S našim **Strateškim okvirom za ostvarivanje ambicije održivog poslovanja 2030+**, postavili smo si visoke ciljeve kako bismo ostvarili „Transformacijski utjecaj za dobrobit generacija.” Ovaj pristup integrira sve tri dimenzije ESG-a u našu viziju održivosti: **Regenerativni planet, Uspješne zajednice i Partner od povjerenja.**

To oblikuje našu globalnu strategiju održivosti, s jasnim ambicijama i ciljevima koje želimo postići u ovom desetljeću. Aktivno ćemo poticati transformaciju prema održivom gospodarstvu i društvu, pomagati u zaštiti i obnovi prirode, doprinositi snažnim zajednicama te jačati povjerenje naših dionika.

Pritom se oslanjamo na naše snage: inovativnu moć naših poslovnih jedinica, široko znanje naših zaposlenika i brojne dodirne točke naših proizvoda s kupcima i potrošačima.

STRATEŠKI OKVIR ZA OSTVARIVANJE AMBICIJE ODRŽIVOG POSLOVANJA 2030+

NAŠA SVRHA

Pioneers at heart for the good of generations

TRANSFORMACIJSKI UTJECAJ ZA DOBROBIT GENERACIJA



REGENERATIVNI PLANET

Nastojimo postići kružno gospodarstvo, klimatski neutralnu budućnost i regeneraciju prirode.



KLIMA

Postati klimatski neutralno društvo dekarbonizacijom našeg poslovanja i sirovina.



KRUŽNOST

Unaprijediti kružnost našim proizvodima, ambalažama i tehnologijama.



PRIRODA

Zaštititi i oporaviti biološku raznolikost, s naglaskom na šume, kopno i vodu, te osigurati odgovorno upravljanje resursima.



USPJEŠNE ZAJEDNICE

Našim poslovanjem i brendovima aktivno doprinosimo poboljšanju života ljudi.



JEDNAKOST

Ojačati raznolikost, jednakost i uključenost, poštovati ljudska prava i poboljšati život ljudima.



OBRAZOVANJE

Podržati doživotno učenje i obrazovanje te motivirati ljude za poduzimanje mjera za održiv razvoj.



DOBROBIT

Njegovati zdravlje i dobrobit te pomoći u poticanju društvenog napretka.



PARTNER OD POVJERENJA

Posvećeni smo kvaliteti i sigurnosti proizvoda te istovremeno osiguravamo poslovni uspjeh integritetom.



RADNA UČINKOVITOST

Pouzdana pružiti najbolje proizvodne performanse u klasi i kemijsku sigurnost kao temelj našeg poslovnog uspjeha.



TRANSPARENTNOST

Integrirati održivost u naše poslovno upravljanje s transparentnim izvještavanjem, objavljivanjem podataka i angažmanom.



SURADNJA

Povećati utjecaj održivosti s našim partnerima, što dovodi do odgovorne poslovne prakse u našim opskrbnim lancima.

PROIZVODI

LJUDI

PARTNERSTVA

KLJUČNI FINANCIJSKI PODACI ZA 2024.

PRODAJA

€ **21,6** mlrd.

PRILAGOĐENA² OPERATIVNA DOBIT (PRILAGOĐENI EBIT)

€ **3.089** mlrd.

KORIGOVANA² DOBIT PO POVLAŠTENJOJ DIONICI

€ **5,36**

ORGANSKI RAST PRODAJE

2,6 %

PRILAGOĐENI² PRINOS OD PRODAJE (OPERATIVNA MARŽA)

14,3 %

DIVIDENDA PO PRIORITETNOJ DIONICI³

€ **2,04**

PRODAJA PO POSLOVNIM JEDINICAMA

51 %

48 %

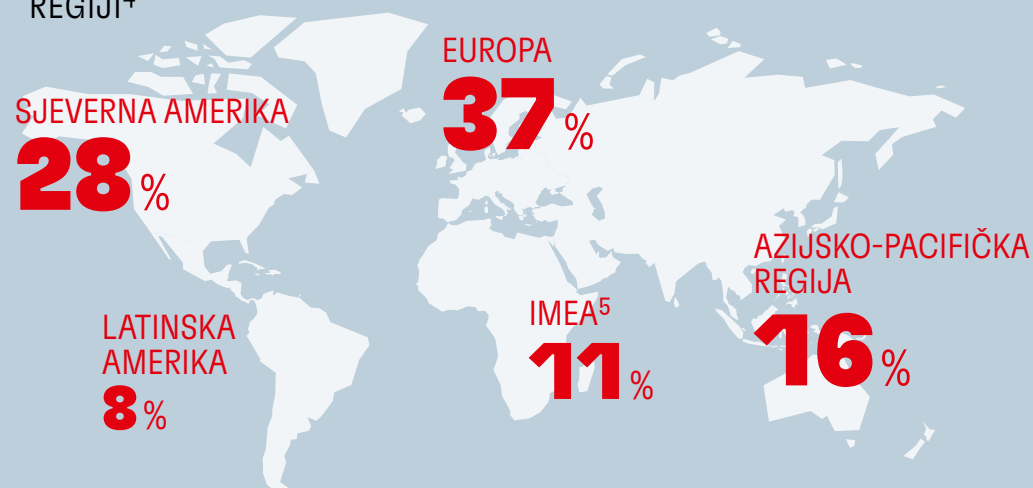
1 %

LJEPILA I
TEHNOLOGIJE

CONSUMER
BRANDS

KORPORATIVNO
POSLOVANJE¹

PRODAJA PO REGIJI⁴



¹ Korporativni sektor = prodaja i usluge koje nisu dodijeljene pojedinačnim poslovnim jedinicama.

² Prilagođeno za jednokratne troškove i prihode, kao i za troškove restrukturiranja.

³ Prijedlog dioničarima za Godišnju skupštinu 28. travnja 2025.

⁴ Uključujući 1 % korporativnog sektora.

⁵ Indija, Bliski Istok, Afrika.

NAPREDAK U ODRŽIVOSTI 2024.

IZVRSNI REZULTATI
U OCJENAMA I
LJESTVICAMA



EMISIJA CO₂ IZ NAŠE PROIZVODNJE PO
TONI PROIZVODA (U ODNOSU NA 2017.)

-64%

POVLAČENJE VODE PO TONI
PROIZVODA¹ (U ODNOSU NA 2010.)

-23%

OTPAD OD PROIZVODA PO TONI
PROIZVODA (U ODNOSU NA 2010.)

-39%

SIGURNIJE PO MILIJUN RADNIH
SATI (U ODNOSU NA 2010.)

+47%

¹ Voda za proizvodnju: površinska voda,
podzemna voda i voda od trećih strana.

LJEPILA I TEHNOLOGIJE

Naša poslovna jedinica Ljepila i tehnologije vodeća je na globalnom tržištu zahvaljujući tehnologijama za ljepila, brtvila i funkcionalne premaze – za industriju, male potrošače i obrtnike. Kao stručnjaci za industrijsku primjenu u više od 800 industrijskih sektora, blisko surađujemo s našim kupcima i partnerima. Na temelju našeg širokog tehnološkog portfelja i našeg snažnog inovativnog kapaciteta, kontinuirano razvijamo prilagođena rješenja u našim poslovnim područjima Mobilnost i elektronika, Ambalaža i robe široke potrošnje te Obrtničke djelatnosti, graditeljstvo i profesionalne djelatnosti.

www.henkel.com/adhesive-technologies

GLAVNI BRENDOWI

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

KLJUČNI FINACIJSKI POKAZATELJI 2024

Prodaja

€ **10.97** mlrd.

Organski rast prodaje

2,4 %

Prilagođena¹ operativna dobit (EBIT) €

€ **1.817** mlrd.

Prilagođeni¹ prinos od prodaje (operativna marža)

16,6 %

¹ Prilagođeno za jednokratne troškove i dobit i troškove restrukturiranja.

POKRETANJE BUDUĆNOSTI

Kao dio našeg Battery Engineering Centra, novi Battery Test Center proširuje naše kompetencije u području električne mobilnosti i jača našu vodeću poziciju kao dizajnerskog i inovacijskog partnera za proizvođače automobila i proizvođače baterija.

U ovom najsuvremenijem objektu naši stručnjaci provode širok raspon testova na baterijskim sustavima kako bi pomogli našim partnerima u razvoju sigurnijih i snažnijih baterija.

Stvaranjem digitalnih blizanaca i digitalnih materijalnih kartica, scenariji za baterije mogu se simulirati i odobriti u stvarnom sustavu. Na taj način ubrzavamo razvojne cikluse, promičemo mogućnost recikliranja baterija i potičemo rješenja za emisijama slobodnu mobilnost.





NOVI **STANDARDI** ZA **ODRŽIVIJU** **AMBALAŽU** UZ NAŠE **INOVACIJE U LJEPIKAMA**

Ambalaža, osobito u prehrambenoj industriji, mora ispunjavati visoke standarde kako za proizvođače, tako i za potrošače. Naše visokoučinkovito toplo ljepilo Technomelt Supra 079 Eco Cool kombinira prednosti naših provjerenih serija Technomelt Supra Eco i Supra Cool u jednom proizvodu, pridonoseći održivosti na dva načina: sirovinama i postupkom obrade.

Zahvaljujući udjelu sirovina na biološkoj bazi od najmanje 49 %, ovo ljepilo ima manji otisak CO₂ te istovremeno smanjuje potrošnju energije u proizvodnim procesima naših kupaca, zahvaljujući sniženju temperature nanošenja do 40 °C.



POTPUNA TRANSPARENTNOST U PORTFELJU PROIZVODA **TEHNOLOGIJA LJEPILO**

Postavili smo si cilj razumjeti utjecaj naših proizvoda na okoliš i podatke učiniti transparentno dostupnima. “Henkel Environmental Assessment Reporting Tool (HEART)” omogućuje automatski izračun ugljičnog otiska za oko 72.000 proizvoda. Nova digitalna platforma za mjerenje obuhvaća ukupne emisije stakleničkih plinova od početka do

izlaza iz tvornice (cradle-to-gate), uključujući sirovine, proizvodnju, ambalažu i logistiku. Ova potpuna transparentnost, utemeljena na pouzdanim podacima i dosljednoj, certificiranoj metodologiji izračuna prema vodećim međunarodnim standardima, ključna je za smanjenje ekološkog otiska kako društva Henkel, tako i naših kupaca.

CONSUMER BRANDS

Naša poslovna jedinica Consumer Brands nudi multikategorijsku platformu kako za profesionalnu njegu kose, tako i za potrošačke brendove, uključujući širok asortiman proizvoda i legendarnih brendova poput Persila i Schwarzkopfa. Naš portfelj usmjeren je na više kategorija potrošačkih brendova, s posebnim naglaskom na dva ključna područja: pranje rublja i održavanje kućanstva (Laundry & Home Care) te njega kose (Hair). Također, obuhvaća proizvode za frizere koji svojim kreacijama postavljaju nove trendove. U više od 60 zemalja, naši stručnjaci neprestano rade na ispunjavanju potreba potrošača putem vrhunskih istraživanja i razvoja, snažnih brendova te inovativnih i održivih proizvoda.

www.henkel.com/consumer-brands

GLAVNI BREND OVI

Persil


Schwarzkopf



syoss

KLJUČNI FINANCIJSKI POKAZATELJI 2024

Prodaja

€ **10.467** mil.

Organski rast prodaje

3,0 %

Prilagođena¹ operativna dobit (EBIT)

€ **1.419** mlrd.

Prilagođeni¹ prinos od prodaje (operativna marža)

13,6 %

¹ Prilagođeno za jednokratne troškove i dobit i troškove restrukturiranja.

GDJE SE POTROŠAČKI TRENDovi PRETVARAJU U INOVACIJE

Želimo razumjeti potrebe naših potrošača diljem svijeta i na trendove odgovoriti inovativnim proizvodima. Otvaranjem našeg najvećeg istraživačko-razvojnog centra (R&D) u Aziji stvaramo mjesto gdje se stručnost iz područja pranja rublja i održavanje kućanstva (Laundry & Home Care) te njege kose (Hair) objedinjuje.

Azijski R&D centar za Consumer Brands u Šangaju pridonosi agilnom razvoju inovacija, oslanjajući se na lokalne potrošačke navike i uvide s jedanaest azijskih tržišta. Najsuvremenija oprema i sveobuhvatne mogućnosti ispitivanja omogućuju Henkelovim stručnim timovima razvoj inovacija – od istraživanja potrošača do dizajna ambalaže.





PRODUŽAVANJE TRAJNOSTI *TEKSTILA*

Naš brend ikona – Perwoll – odavno je premašio ulogu deterdženta isključivo za vunu te sada obuhvaća sve vrste tekstila i boja. Njegova tehnologija Triple Renew kombinira nježno čišćenje, aktivnu njegu i inovativnu enzimsku tehnologiju kako bi sačuvala boje odjeće. Učinak obnove vlakana postaje vidljiv nakon deset pranja, čime se produžuje vijek trajanja tekstila.

Kako bi podigao svijest o održivoj modi, Perwoll surađuje s partnerima poput Sellpyja, jedne od najvećih europskih internetskih trgovina polovne odjeće, i posvećen je produženju životnog ciklusa odjeće. Zajedno s nevladinom organizacijom Remake, koja se bori protiv brze mode, Perwoll želi potaknuti ljude da češće nose omiljene komade iz svojih ormara. U tom cilju, brend podržava globalni izazov #NoNewClothes, koji motivira ljude da se tri mjeseca suzdrže od kupovine nove odjeće.



NAŠ DOPRINOS OSTVARIVANJU KRUŽNOG GOSPODARSTVA *AMBALAŽE*

Naš je cilj smanjiti količinu ambalažnog materijala, povećati udio recikliranih materijala i osigurati da se sva ambalaža može reciklirati – bez kompromisa u pogledu kvalitete, performansi ili sigurnosti naših proizvoda. U Europi kontinuirano povećavamo postotak reciklata u ambalaži za tekuće deterdžente i proizvode iz kategorije njege kose,

primjerice, u poznatim brendovima kao što su Persil, Weißer Riese, Spee i Gliss. Boce se mogu reciklirati, a udio recikliranog materijala nakon potrošnje (post-consumer recyclate) iznosi najmanje 50 %. U Sjevernoj Americi, sadržaj recikliranog materijala u boci za tekući sapun za ruke brenda Dial povećan je na 100 %.

KLIMA

Klimatske promjene predstavljaju jedan od najvećih izazova našeg vremena. Henkel je posvećen ostvarivanju cilja od 1,5 Celzijevih stupnjeva, definiranog Pariškim klimatskim sporazumom. Iz tog razloga, 2024. godine uspostavili smo plan djelovanja prema neto nultim emisijama. Naši kratkoročni ciljevi, kao i cilj postizanja neto nultih emisija kroz cijeli vrijednosni lanac, potvrdila je inicijativa „Science Based Targets” (SBTi).

Obvezujemo se da ćemo do 2030. smanjiti apsolutne emisije „opsega 1” i „opsega 2 GHG” za 42 %, te naše emisije „opsega 3 GHG” za 30 % (u usporedbi s 2021.). Potpuno smo posvećeni smanjenju apsolutnih emisija „opsega 1, 2 i 3 GHG” za do 90 % (u usporedbi s 2021.) do 2045.¹

Neto nula definira točku u kojoj su sve emisije stakleničkih plinova (GHG) uzrokovane ljudskom aktivnošću izbalansirane uklanjanjem iste količine emisija iz atmosfere naše planete tijekom određenog vremenskog razdoblja. Drugim riječima, neto nula predstavlja stanje ravnoteže.



SMANJENJE OPSEGA EMISIJA
1 I 2 EMISIJA GHG ¹

-41 %

SMANJENJE OPSEGA EMISIJA
3 EMISIJA GHG ¹

-19 %

SMANJENJE OPSEGA EMISIJA
1, 2 I 3 GHG EMISIJE¹

-20 %

ENERGIJA IZ
OBNOVLJIVIH IZVORA

47 %

¹ Granica cilja obuhvaća biogene emisije povezane sa zemljištem te uklanjanje sirovina za bioenergiju.

¹ Podaci se odnose na fiskalnu godinu 2024. u usporedbi s polaznom godinom 2021.



NAŠA KARTA PUTA PREMA NULTIM NETO EMISIJAMA

Uspješan napredak prema neto nultim emisijama zahtijeva sveobuhvatnu transformaciju našeg poslovnog modela, kao i naših odnosa s poslovnim partnerima, kupcima i društvom u cjelini. Iz tog razloga, Henkel je identificirao ključna područja djelovanja unutar i izvan našeg vrijednosnog lanca, u kojima ćemo surađivati s partnerima kako bismo ostvarili ciljeve smanjenja emisija i podržali prijelaz prema neto nultoj budućnosti.

Kako bismo smanjili emisije koje nastaju izravno iz naših poslovnih operacija, usredotočavamo se na povećanje energetske učinkovitosti, upotrebu obnovljivih izvora energije i nabavu održivih goriva. Gdje god je to moguće, u našim objektima ugrađujemo solarne panele i kotlove na biomasu kako bismo proizvodili čistu, obnovljivu energiju.

www.henkel.com/sustainability/regenerative-planet/climate

PARTNER OD POVJERENJA

Naša priča o uspjehu zasniva se na vrhunskim proizvodima koji su sigurni za upotrebu. Tako smo stekli povjerenje naših kupaca i potrošača, a to povjerenje iznova opravdavamo stvaranjem sigurnih i održivih inovacija.

Surađujemo s partnerima duž cijelog vrijednosnog lanca kako bismo maksimalno povećali utjecaj naših aktivnosti u području održivosti. Otvorena komunikacija ključ je povjerenja u odnosima koje gradimo. Zbog toga se Henkel već dugi niz godina oslanja na transparentno izvještavanje i konstruktivan dijalog s našim zainteresiranim stranama o temama kao što su inovacije koje štede resurse, odgovorni lanci opskrbe, održivo financiranje i održiva transformacija.

www.henkel.com/sustainability/trusted-partner

KLJUČNI POKAZATELJI ZA 2024. GODINU

Oko **97%**

našeg obujma nabave¹ obuhvaćeno je procesom odgovorne nabave.

97%

palminog (jezgrenog) ulja ima certifikat o odgovornoj nabavi ili je vanjski potvrđeno.

Oko **3200**

Henkelovih dobavljača prošlo je procjenu ili reviziju inicijative TfS.

€ **631** milijun

za istraživanje i razvoj

¹ U područjima ambalaže, sirovina i ugovorne proizvodnje.





ZAJEDNO PREMA **ODRŽIVOM** **LANCU OPSKRBE**

Henkel je 2011. zajedno s drugim društvima iz kemijske industrije, pokrenuo inicijativu Together for Sustainability (TfS) s ciljem usklađivanja upravljanja dobavljačima u području održivosti i optimizacije dijaloga s globalnim ugovornim partnerima. Važna prekretnica u povijesti inicijative TfS postignuta je 2024. uvođenjem modela podataka o ugljičnom otisku proizvoda (Product Carbon Footprint – PCF). Ova standardizirana platforma omogućava dobavljačima i društvima da generiraju podatke PCF iz cijelog lanca opskrbe i sigurno ih razmjenjuju, čime se postiže dosljednost i usporedivost u kemijskoj industriji.

Još jedan primjer uspješne suradnje dugotrajnije od deset godina u lancu vrijednosti jest partnerstvo s međunarodnom razvojnom organizacijom Solidaridad, u cilju poboljšanja životnih uvjeta malih proizvođača palminog (jezgrenog) ulja u Kolumbiji, Gani, Hondurasu, Indoneziji, Meksiku, Nikaragvi i Nigeriji.

ODGOVORNA NABAVA

Naša baza dobavljača jedan je od naših najvažnijih resursa. Obuhvaća milijune radnika diljem svijeta i ima velik značaj, jer su intenzivan dijalog i bliska suradnja s dobavljačima ključni za postizanje održivog poslovanja, procesa i proizvodnih praksi. Našim pristupom odgovornoj nabavi, usmjereni smo na aspekte održivosti duž naših lanaca opskrbe, u korist ljudi i našeg planeta.

Zajedno s našim partnerima, povezali smo postojeće programe financiranja dobavljača s kriterijima održivosti u svim regijama svijeta. Dobavljači koji sudjeluju u tim programima ostvaruju niže troškove financiranja ovisno o kvaliteti svog ESG profila, koji se mjeri prema njihovoj ocjeni na platformi EcoVadis. Osim toga, posvećeni smo postizanju 100 % odgovorne nabave zajedno s našim partnerima.



ODRŽIVO FINANCIRANJE

Pokrećemo transformativne promjene stvaranjem veće vrijednosti za naše dionike, uspješnim razvojem poslovanja i održivim djelovanjem u korist sadašnjih i budućih generacija. Naše inicijative za održivo financiranje čvrsto su ugrađene u našu financijsku strategiju. Naš okvir za održivo financiranje omogućava izdavanje dviju vrsta obveznica: obveznica povezanih s održivošću (sustainability-linked bonds) i zelenih obveznica (green bonds). Za obveznice povezane s održivošću, troškovi financiranja povezani su s odabranim ciljevima održivosti, dok se sredstva prikupljena izdavanjem zelenih obveznica upotrebljavaju za održiva ulaganja.

S tri obveznice povezane s kriterijima održivosti koje su bile u opticaju 2024. godine i jednom zelenom obveznicom namijenjenom smanjenju plastičnog otpada, oko 80 % Henkelovog financiranja na tržištu kapitala povezano je s održivošću, mjereno prema iznosu otplate u eurima.

www.henkel.com/investors-and-analysts

NAŠI LJUDI

Naš globalni tim, koji čini oko 47.000 zaposlenika s različitim znanjima, iskustvom i vještinama, osnova je našeg uspjeha.

Poduzetnički duh naša je baština – imamo hrabrosti donositi promjene i neprekidno se usavršavati. Zajedno tražimo nove načine za ponovno definiranje i poboljšanje života putem naših inovativnih i održivih brendova i tehnologija.

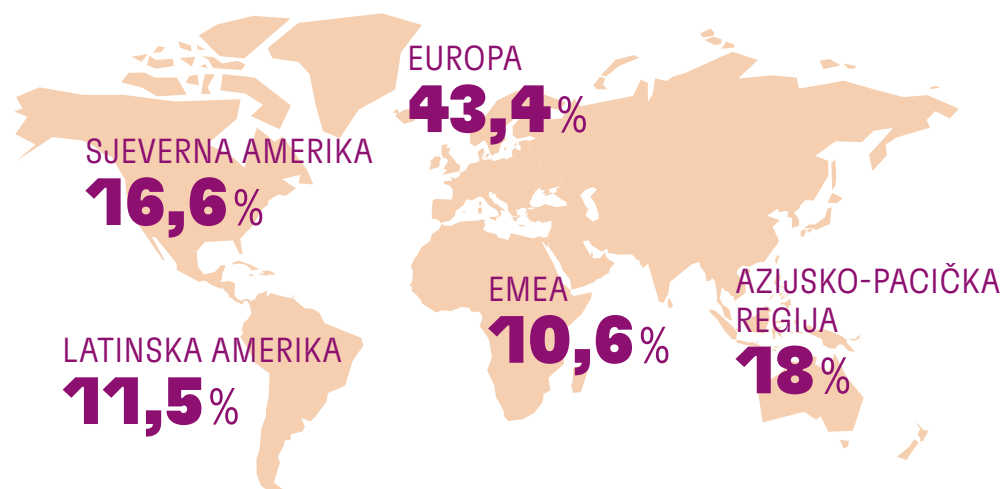
Zbog toga našim zaposlenicima omogućujemo mnoge prilike za učenje, stjecanje novih iskustava te profesionalni i osobni razvoj.

www.henkel.com/careers

ZAPOSLENICI PO DJELATNOSTIMA¹



ZAPOSLENICI PO REGIJAMA¹



ZBROJ ZAPOSLENIKA
IZ 124 ZEMLJE

47.150

UDIO ŽENA NA
RUKOVODEĆIM POZICIJAMA

41,9%

¹ Podaci od 31. prosinca 2024.

A photograph of a man with curly hair and a beard, wearing a pink shirt, sitting on a dark patterned carpet. He is looking down at a young child with light brown hair, wearing a blue and white striped long-sleeved shirt and white pants with small colorful patterns. The child is crawling on the carpet, looking up at the man with a smile. The background is slightly blurred, showing a wooden chair and a white radiator.

INSPIRIRANI OBITELJSKIM VRIJEDNOSTIMA, VOĐENI **PIONIRSKOM** **SVRHOM**

U društvu Henkel negujemo kulturu pripadnosti i težimo jednakim prilikama kako bismo u potpunosti iskoristili raznolikost koju donosimo. To uključuje jednak pristup pogodnostima za sve naše kolege. Zbog toga smo uveli globalne smjernice za rodno neutralni roditeljski dopust. Osmotjedni roditeljski dopust uz punu plaću trebao bi biti minimalni standard, čime se nadopunjuju postojeće lokalne prakse i propisi. To predstavlja ključnu osnovu za podršku obiteljima i veću rodnu ravnopravnost, osobito u zemljama gdje su mogućnosti za roditeljski dopust trenutačno ograničene.

Na temelju uloge skrbnika, smjernice se primjenjuju na sve oblike roditeljstva, uključujući posvojitelje, udomitelje, istospolne parove i samohrane roditelje.

USPJEŠNE ZAJEDNICE

Radimo sve što je u našoj moći kako bismo ljudima omogućili bolji život. Naša društvena odgovornost jest promicati jednakost, jačati raznolikost i poštovati ljudska prava. Posvećeni smo društvenom napretku, kao i osiguravanju i širenju pristupa obrazovanju širom svijeta, uz pružanje pomoći u hitnim situacijama.

Uvjereni smo da je raznolikost velika snaga i da svatko zaslužuje osjećati se cijenjeno. Zbog toga smo posvećeni poštovanju ljudskih prava u cijelom našem lancu vrijednosti. To započinje stalnim jačanjem naše korporativne kulture i načina razmišljanja. Našim zaposlenicima pružamo mogućnosti za cjeloživotno učenje i razvoj, kao i atraktivno i zdravo radno okruženje.

www.henkel.com/sustainability/thriving-communities





STVARANJE **BUDUĆIH** **PRILIKA** PUTEM **OBRAZOVANJA**

Postavili smo cilj promicati pristup kvalitetnom obrazovanju i povećati broj mladih i odraslih osoba s relevantnim vještinama i kompetencijama. Shaping Futures dugogodišnja je globalna inicijativa brenda Schwarzkopf Professional koja ugroženim mladima pruža priliku da nauče frizerski zanat i osnove vođenja frizerskog obrta, čime si osiguravaju izvor prihoda.

Zahvaljujući dobrovoljnom angažmanu frizera i naših zaposlenika, više od 3500 mladih odraslih osoba već je osposobljeno u više od 30 zemalja, uključujući Australiju, Gruziju, Njemačku, Filipine, Španjolsku i Tajland.

**DARE
TO MAKE
AN IMPACT?**

U **HENKELU** SE **USUĐUJEMO** **NAPRAVITI DOPRINOS.**

Združivanje tehnologija i robe široke potrošnje omogućuje vam da istinski utječete na dobrobit ljudi, na vodeće brendove i na poduzeća s vrhunskim rezultatima diljem svijeta. Vaša karijera u nas znači da doprinosite održivijoj budućnosti, kao i da ćete rasti u dinamičnoj i raznolikoj kulturi povjerenja i pripadnosti. Volimo hrabrost i svježije ideje u timovima koji se usuđuju i kojima je stalo.

www.henkel.com/careers



VIŠE O HENKELU

Naša mrežna stranica:

www.henkel.com

Naše financijske publikacije:

www.henkel.com/reports

Naše publikacije o održivosti:

www.henkel.com/sustainability/reports

Naše ponude radnih mjesta:

www.henkel.com/careers

HENKEL NA DRUŠTVENIM MREŽAMA



www.linkedin.com/company/henkel

www.instagram.com/henkel

www.facebook.com/henkel

www.youtube.com/henkel

ČASOPIS „SPOTLIGHT”

Više priča, intervjua sa stručnjacima, opsežnih članaka i gostujućih članaka dostupno je u našem digitalnom časopisu Spotlight: „Spotlight”:

www.henkel.com/spotlight



„Fritz for Future” Henkelov je podcast o održivosti, gdje upoznajemo stručnjake koji nam pokazuju kako na održiv način voditi poslovanje, stvarati i razmišljati.

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

ZAHVALJUJEMO

Izdavač

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

© 2025 Henkel AG & Co. KGaA

Dizajn i prijelom

RYZE Digital
www.ryze-digital.de

Fotografije

d3sign via Getty Images; Steffen Hauser; Kazuya Hokari;
Pat Kiniry; Marco Klahold; Yeo Kah Ho Kevin; Joe Mac;
Nils Hendrik Müller; pikselstock via Shutterstock; raditya
via Shutterstock; RossHelen via Getty Images; Sebastian
Stiphout; Alberto Venegas; xiaoyu zhu via Getty Images

Lektura

Paul Knighton, Cambridge; Thomas Krause, Krefeld

PR No.: 03 25 1500

Osim ako je drugačije istaknuto, svi su znakovi koji se nalaze u ovoj publikaciji
zaštitni znakovi i/ili registrirani zaštitni znakovi Grupe Henkel u Njemačkoj i
drugim državama.