HENKEL HIGHLIGHTS 2024

VSEBINA

2 O Henklu

4 Henkel 2024

6 Oblikovanje naše prihodnosti

8 Naša trajnostna strategija

10 Ključni finančni podatki

12 Adhesive Technologies

16 Consumer Brands

20 Podnebje

22 Zaupanja vreden partner

25 Trajnostno financiranje

26 Naši zaposleni

28 Uspešne skupnosti

O HENKLU

Fritz Henkel je naše podjetje ustanovil leta 1876. Z našima poslovnima enotama – Adhesive Technologies in Consumer Brands – zavzemamo vodilne tržne položaje na področju industrije in potrošniškega blaga. Izdelki in tehnologije, ki jih tržimo pod našimi močnimi blagovnimi znamkami – kot so Loctite, Schwarzkopf in Persil – so bistveni del vsakdanjega življenja ljudi v več kot 100 državah.

Naš smoter odraža tisto, kar nas v Henklu združuje: Pioneers at heart for the good of generations. Smo raznolika ekipa s približno 47.000 zaposlenimi po vsem svetu, ki si s svojimi izdelki, storitvami in rešitvami vsak dan prizadeva obogatiti ter izboljšati življenje ljudi. Naš smoter izhaja iz naših korenin in nosi dolgoletno zapuščino inovativnosti, odgovornosti ter trajnosti v prihodnost.

NAŠ SMOTER

Pioneers at heart
for the good
of generations

NAŠA VIZIJA

Zmagati v tem desetletju tako, da z inovativnimi in trajnostnimi rešitvami dosežemo najboljše rezultate na trgih.

NAŠE VREDNOTE

Naše **stranke in potrošnike** postavljamo v središče svojega dela.

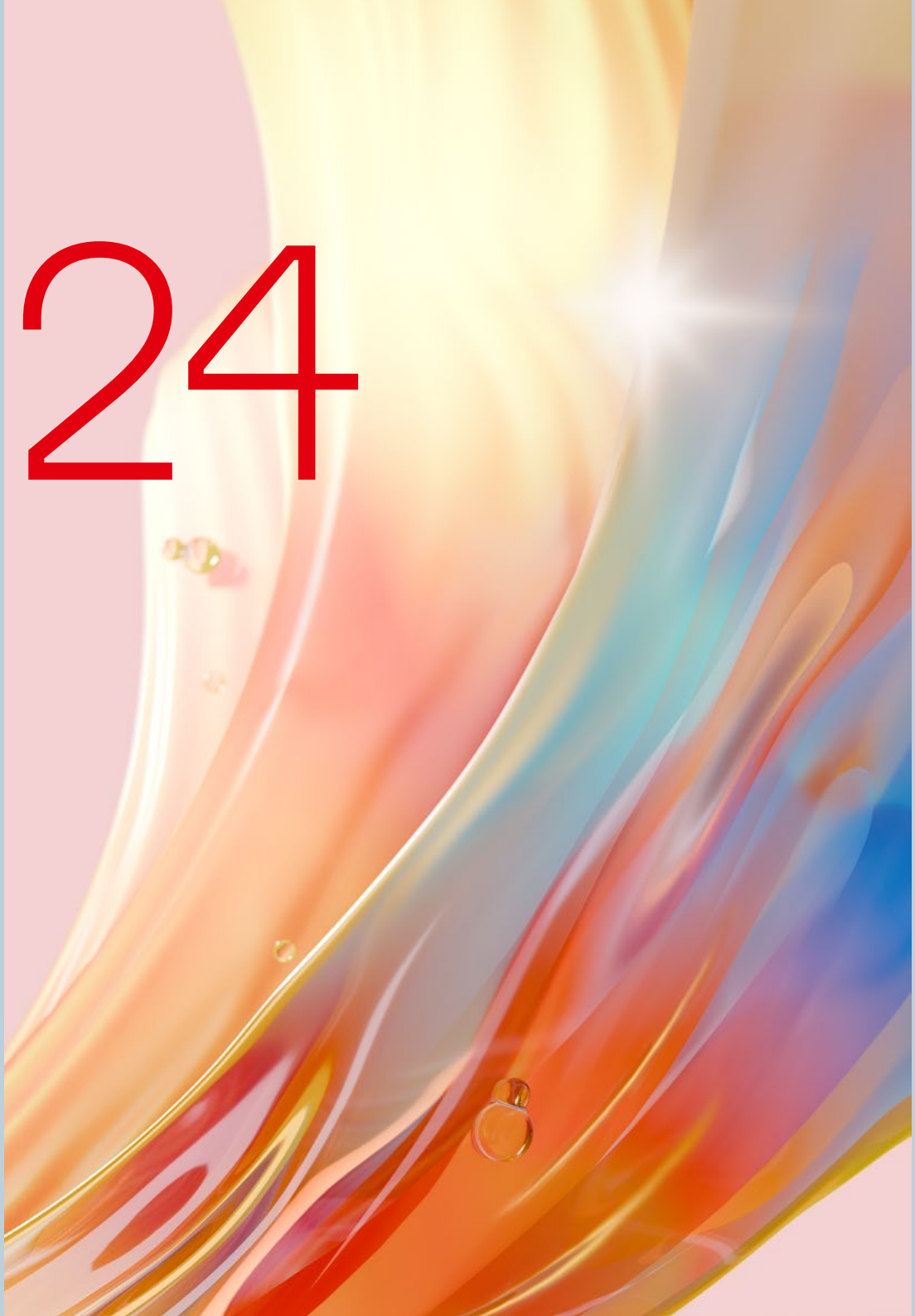
Cenimo, izzivamo in nagrajujemo svoje **zaposlene**.

Zagotavljamo odlične in stabilne **finančne rezultate.**

Zavezani smo vodilnemu položaju na področju **trajnosti**.

Svojo prihodnost oblikujemo z močnim podjetniškim duhom, ki temelji na **družinski podjetniški** tradiciji.

HENKEL 2024



DVE
POSLOVNI ENOTI

ADHESIVE TECHNOOGIES TER CONSUMER BRANDS

NAŠE NAJBOLJŠE
BLAGOVNE ZNAMKE

LOCTITE

Schwarzkopf

Persil

USPEH Z BLAGOVNIMI
ZNAMKAMI IN
TEHNOLOGIJAMI ŽE

148

LET

ZAPOSLENIH
IZ 126 DRŽAV

47.150

DELEŽ VODIJ
ŽENSKEGA SPOLA

41,9%

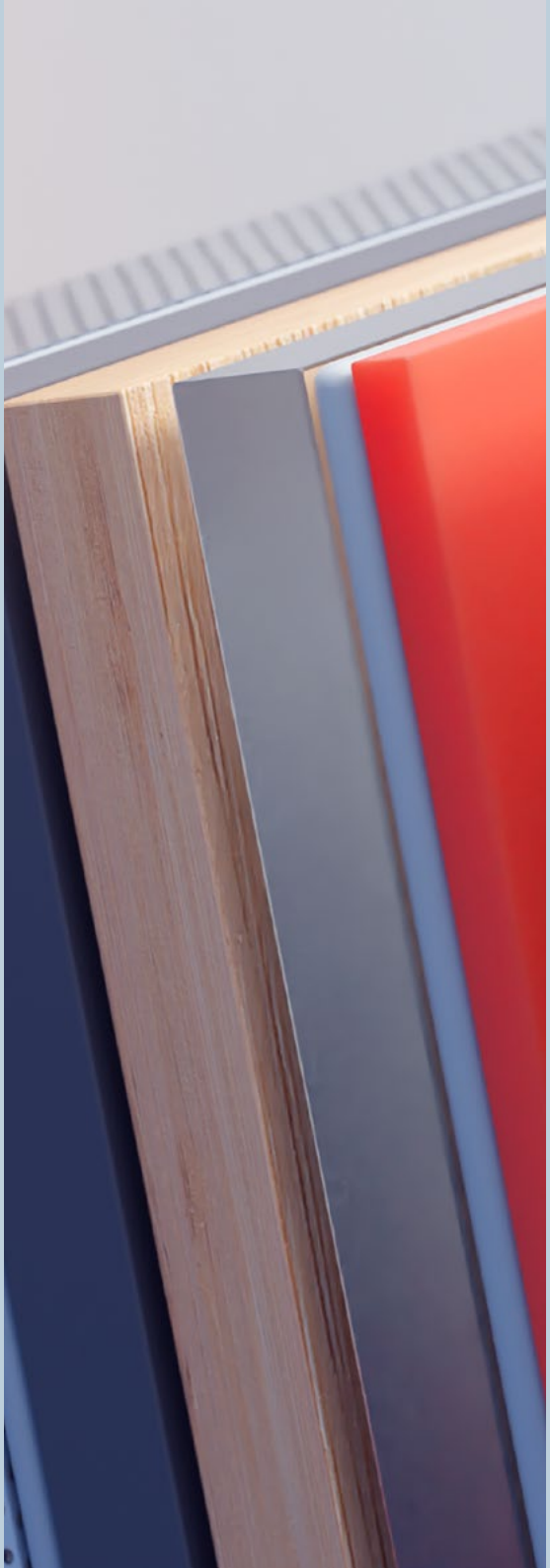
MANJ EMISIJ
TOPLOGREDNIH PLINOV
OBSEGOV 1, 2 IN 3[1]

–20%

DELEŽ RECIKLIRANE
PLASTIKE ZA VSO
EMBALAŽO NAŠIH
POTROŠNIŠKIH IZDELKOV

25%

[1] v primerjavi z izhodiščnim letom 2021



161

PROIZVODNIH OBRATOV
PO VSEM SVETU

PRODAJA

21,6 mrd. €

53

DRŽAV, V KATERIH
PROIZVAJAMO

SEDEŽ V KRAJU

Düsseldorf

OBLIKOVANJE NAŠE PRIHODNOSTI

Svojo prihodnost oblikujemo na podlagi dolgoročnega strateškega okvira, ki temelji na našem smotru in naših vrednotah.

Naš strateški okvir je jasno osredotočen na namensko rast. To pomeni, da želimo ustvariti vrhunsko vrednost za kupce in potrošnike, da bi prerasli svoje trge, okrepili vodilni položaj na področju trajnosti ter našim zaposlenim v Henklu omogočili poklicno in osebno rast.

Ključni elementi našega strateškega okvira so uspešen portfelj, jasna konkurenčna prednost na področjih inovacij, trajnosti in digitalizacije ter operativni modeli, pripravljeni na prihodnost – podprti z močnimi temelji kulture sodelovanja in opolnomočenih ljudi.

NAMENSKA **RAST**

ZMAGOVALEN
PORTFOLIO

KONKURENČNA PREDNOST

INOVACIJE | TRAJNOST | DIGITALIZACIJA

OPERATIVNI MODELI
PRIPRAVLJENI NA PRIHODNOST

KULTURA ***SODELOVANJA*** IN
OPOLNOMOČENI ***LJUDJE***

NAŠA **TRAJNOSTNA STRATEGIJA**

Trajnostne poslovne prakse so že desetletja sestavni del kulture našega podjetja in so osrednji element naše vizije prihodnosti. Z našim **Načrtom trajnostnih ciljev 2030+** smo si zastavili visoko ambicijo, da dosežemo »preobrazbeni učinek v dobrobit generacij«. Pristop vključuje vse tri razsežnosti okoljskih, socialnih in upravljavskih dejavnikov (ESG) v našo vizijo trajnosti: **Regenerativni planet**, **Uspešne skupnosti** in **Zaupanja vreden partner**.

To predstavlja okvir naše globalne trajnostne strategije z jasnimi ambicijami in cilji, ki jih želimo doseči v tem desetletju. Aktivno bomo spodbujali preobrazbo v trajnostno gospodarstvo in družbo, pomagali varovati in obnavljati naravo, prispevali k močnim skupnostim ter krepili zaupanje naših deležnikov.

Pri tem gradimo na svojih prednostih: inovativnosti naših poslovnih enot, obsežnem znanju naših zaposlenih in številnih stičnih točkah naših izdelkov s strankami ter potrošniki.

NAČRT TRAJNOSTNIH CILJEV **2030+**

NAŠ SMOTER
Pioneers at heart for the good of generations.

PREOBRAZBENI UČINEK ZA DOBROBIT GENERACIJ

REGENERATIVNI PLANET

Prizadevamo si za krožno gospodarstvo, prihodnost z ničelno stopnjo neto emisij in obnovo narave.

PODNEBJE

Postati podjetje z ničelno stopnjo neto emisij z razogljičenjem naših dejavnosti in surovin.

KROŽNOST

Spodbujati krožnost s svojimi izdelki, embalažo in tehnologijami.

NARAVA

Varovati obnoviti biotsko raznovrstnost s poudarkinom na gozdovih, zemljiščih in vodi ter zagotoviti odgovorno upravljanje virov.

USPEŠNE SKUPNOSTI

S svojim poslovanjem in blagovnimi znamkami aktivno prispevamo k temu, da lahko ljudje živijo boljše življenje.

PRAVIČNOST

Krepiti raznolikost, enakost in vključenost, spoštovati človekove pravice in izboljšati življenja ljudi.

IZOBRAŽEVANJE

Podpirati vseživljenjsko učenje in izobraževanje ter spodbujati ljudi k ukrepanju na področju trajnosti.

BLAGINJA

Spodbujati zdravje in dobro počutje ter pomagati pri družbenem napredku.

ZAUPANJA VREDEN PARTNER

Prizadevamo si za kakovost in varnost izdelkov ter hkrati zagotavljamo poslovni uspeh z integriteto.

UČINKOVITOST

Zanesljivo zagotavljati najboljšo učinkovitost in varnost izdelkov v svojem razredu, ki sta temelj našega poslovnega uspeha.

PREGLEDNOST

Vključiti trajnost v naše poslovno upravljanje s preglednim poročanjem, razkrivanjem in sodelovanjem.

SODELOVANJE

Povečati vpliv na trajnost z našimi partnerji, kar vodi k odgovornim poslovnim praksam v naših dobavnih verigah.

IZDELKI IN TEHNOLOGIJE **LJUDJE** **PARTNERSTVA**

KLJUČNI FINANČNI PODATKI 2024

PRODAJA

21,6 mrd. €

ORGANSKI RAST PRODAJE

2,6 %

PRILAGOJENI[2] DOBIČEK IZ POSLOVANJA (EBIT)

3,1 mrd. €

PRILAGOJENA[2] DONOSNOST PRODAJE (MARŽA EBIT)

14,3 %

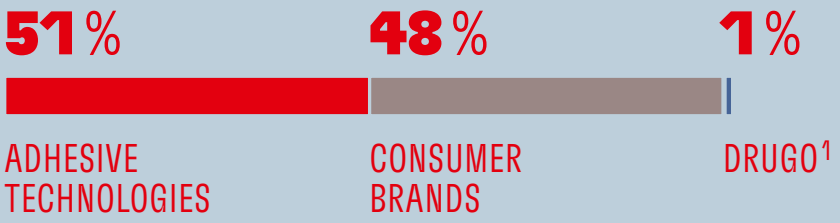
PRILAGOJENI[2] DOBIČEK NA PREDNOSTNO DELNICO

5,36 €

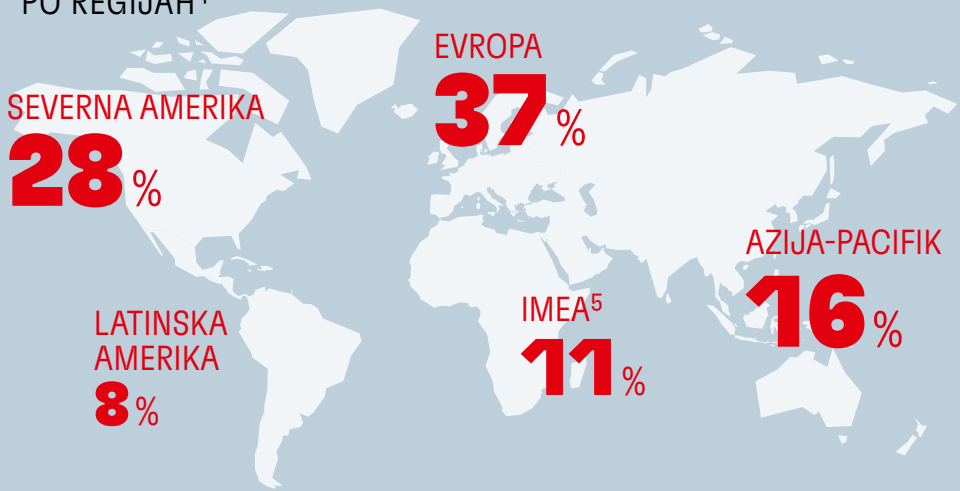
DIVIDENDA NA PREDNOSTNO DELNICO[3]

2,04 €

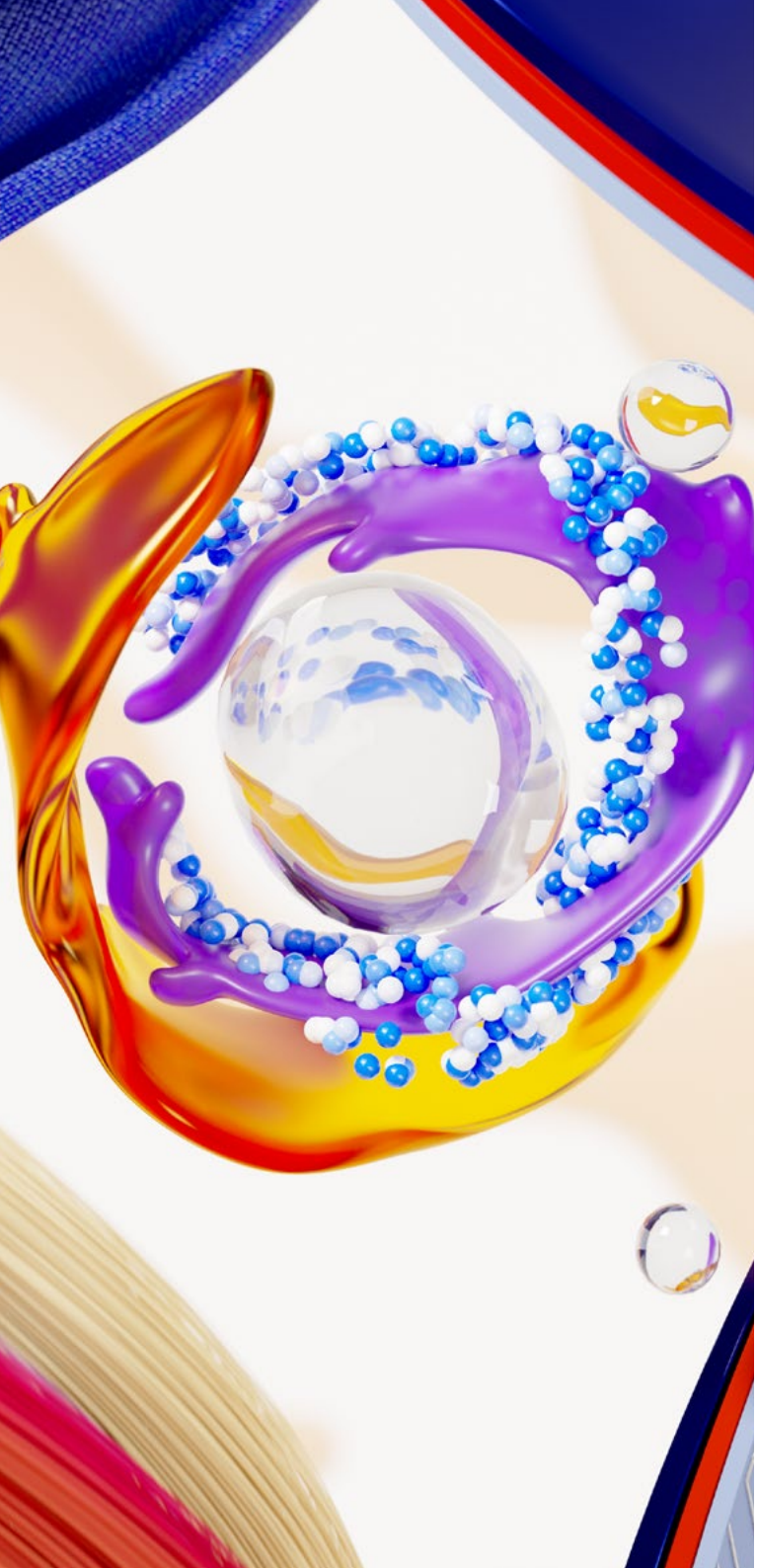
PRODAJA PO POSLOVNIH ENOTAH



PRODAJA PO REGIJAH[4]



[1] Drugo = prodaja in storitve, ki jih ni mogoče dodeliti posameznim poslovnim enotam.
[2] Prilagojeno za enkratne stroške in prihodke ter stroške prestrukturiranja.
[3] Predlog delničarjem za letno skupščino delničarjev 28. aprila 2025.
[4] Vključno z 1 % iz segmenta »Drugo«.
[5] Indija, Bližnji vzhod, Afrika.



VRHUNSKI DOSEŽKI PRI OCENAH IN UVRSTITVAH

NAPREDEK NA PODROČJU TRAJNOSTI 2024

EMISIJ CO_2 IZ NAŠE PROIZVODNJE NA TONO PROIZVODA (V PRIMERJAVI Z LETOM 2017)

–64%

MANJ VODE NA TONO PROIZVODA[1] (V PRIMERJAVI Z LETOM 2010)

–23%

ODPADKOV PRI IZDELKIH NA TONO PROIZVODA (V PRIMERJAVI Z LETOM 2010)

–39%

VARNEJŠE OKOLJE NA MILIJON DELOVNIH UR (V PRIMERJAVI Z LETOM 2010)

+47%

[1] Voda za proizvodnjo: površinska voda, podzemna voda in voda tretjih strank.

ADHESIVE TECHNOLOGIES

Naša poslovna enota Adhesive Technologies je vodilna na svetovnem trgu s tehnologijami za lepila, tesnila in premaze – za industrijo, potrošnike in obrtnike. Kot strokovnjaki za industrijske aplikacije v več kot 800 proizvodnih sektorjih tesno sodelujemo z našimi strankami in partnerji. Na podlagi našega širokega tehnološkega portfelja in močne inovacijske moči nenehno razvijamo prilagojene rešitve na področjih mobilnosti in elektronike, embalaže in potrošniškega blaga ter obrtnikov, gradbenikov in strokovnjakov.

www.henkel.com/adhesive-technologies

NAJBOLJŠE BLAGOVNE ZNAMKE

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

KLJUČNI FINANČNI PODATKI ZA LETO 2024

Prodaja

10,97 mrd. €

Organski rast prodaje

2,4 %

Prilagojeni [1] dobiček iz poslovanja (EBIT)

1,817 mrd. €

Prilagojena [1] donosnost prodaje (marža EBIT)

16,6 %

[1] Prilagojeno za enkratne odhodke in prihodke ter za stroške prestrukturiranja.

INVESTIRANJE V PRIHODNOST

Novi center za testiranje baterij, ki je del našega središča za inženiring baterij, širi naše kompetence na področju električne mobilnosti in krepi naš vodilni položaj kot partner za načrtovanje ter inovacije za proizvajalce avtomobilov in baterij.

V najsodobnejšem obratu naši strokovnjaki opravljajo številne teste baterijskih sistemov, da bi našim partnerjem pomagali razviti varnejše in zmogljivejše baterije.

Z ustvarjanjem digitalnih dvojčkov in digitalnih materialnih kartic je mogoče simulirati scenarije za baterije ter jih potrditi v realnem sistemu. Na ta način pospešujemo razvojne cikle, spodbujamo možnost recikliranja baterij in pospešujemo rešitve za mobilnost brez emisij.

NOVI *STANDARDI* *ZA BOLJ* **TRAJNOSTNO** **EMBALAŽO** Z NAŠIMI *INOVACIJAMI NA PODROČJU LEPIL*

Embalaža, zlasti v živilski industriji, mora izpolnjevati visoke standarde za proizvajalce in kupce. Naše visokozmogljivo lepilo Technomelt Supra 079 Eco Cool združuje prednosti preizkušenih serij Technomelt Supra Eco in Supra Cool v enem izdelku in spodbuja trajnost na dva načina – z vidika surovin in z vidika predelave.

Zaradi najmanj 49-odstotnega deleža surovin na biološki osnovi ima lepilo manjši odtis CO_2, hkrati pa zaradi znižanja temperature nanašanja do 40 stopinj Celzija zmanjšuje porabo energije pri predelavi pri naših kupcih.

CELOVITA PREGLEDNOST V PORTFELJU IZDELKOV ENOTE **ADHESIVE TECHNOLOGIES**

Zastavili smo si cilj, da bomo razumeli vpliv naših izdelkov na okolje in poskrbeli za pregleden dostop do podatkov. Orodje »Henkel Environmental Assessment Reporting Tool« (HEART) omogoča samodejni izračun odtisa toplogrednih plinov za približno 72.000 izdelkov. Nova digitalna platforma za merjenje prikazuje celotne emisije toplogrednih plinov izdelka »od zibelke do vrat«, vključno s surovinami, proizvodnjo, embalažo in logistiko. Ta celovita preglednost, ki temelji na zanesljivih podatkih ter dosledni in certificirani metodologiji izračuna v skladu z vodilnimi mednarodnimi standardi, je bistvena za izboljšanje odtisa družbe Henkel in naših strank.

CONSUMER BRANDS

Naša poslovna enota Consumer Brands ponuja večkategorijsko platformo za profesionalne frizerske salone in potrošniške blagovne znamke, vključno s širokim naborom izdelkov in kultnimi blagovnimi znamkami, kot sta Persil in Schwarzkopf. Naš portfelj se osredotoča na več kategorij potrošniških blagovnih znamk s poudarkom na dveh ključnih kategorijah: Pralna sredstva in čistila ter izdelki za lase. Naš portfelj vključuje tudi izdelke za frizerje, ki s svojimi kreacijami postavljajo nove trende. V več kot 60 državah se naši strokovnjaki trudijo zadovoljiti potrebe potrošnikov z vodilnimi raziskavami in razvojem, našimi močnimi blagovnimi znamkami ter inovativnimi in trajnostnimi izdelki.

www.henkel.com/consumer-brands

NAJBOLJŠE BLAGOVNE ZNAMKE

Persil

Schwarzkopf

all

SYOSS

KLJUČNI FINANČNI PODATKI ZA LETO 2024

Prodaja

10,467 mrd. €

Organski rast prodaje

3,0 %

Prilagojeni[1] dobiček iz poslovanja (EBIT)

1,419 mrd. €

Prilagojena[1] donosnost prodaje (marža EBIT)

13,6 %

[1] Prilagojeno za enkratne odhodke in prihodke ter za stroške prestrukturiranja.

KJER SE **POTROŠNIŠKI TRENDI** *SPREMINJAJO* V **INOVACIJE**

Želimo razumeti potrebe naših potrošnikov po vsem svetu in se na trende odzivati z inovativnimi izdelki. Z odprtjem našega največjega centra za raziskave in razvoj v Aziji ustvarjamo prostor, kjer se združujeta strokovno znanje in izkušnje za naša potrošniška segmenta Pralna sredstva in čistila ter Izdelki za lase.

Azijski center za raziskave in razvoj enote Consumer Brands v Šanghaju prispeva k agilnemu razvoju inovacij izdelkov na podlagi navad lokalnih potrošnikov in spoznanj na enajstih trgih v Aziji. Najsodobnejša oprema in obsežne zmogljivosti za testiranje omogočajo Henklovim strokovnim ekipam inovacije od raziskav potrošnikov do oblikovanja embalaže.

IZBOLJŠANJE ŽIVLJENJSKE DOBE *TKANIN*

Naša kultna blagovna znamka Perwoll že dolgo ni več poznana le kot pralno sredstvo za nego volnenega perila, temveč pokriva vse vrste tkanin in barv. Njegova tehnologija Triple Renew (trojna obnova) združuje nežno čiščenje, aktivno nego in inovativno encimsko tehnologijo za ohranjanje barv oblačil. Obnovitveni učinek na vlakna je viden po desetih pranjih, kar spodbuja dolgo življenjsko dobo tkanin.

Da bi povečal ozaveščenost o bolj trajnostni modi, Perwoll sodeluje s partnerji, kot je Sellpy, ena največjih evropskih spletnih trgovin z rabljenimi oblačili, in si prizadeva, da bi oblačila ostala v obtoku dlje časa. Skupaj z nevladno organizacijo Remake, ki se bori proti hitri modi, želi Perwoll spodbuditi več ljudi, da svoje najljubše kose pogosteje vzamejo iz omare. V ta namen znamka podpira globalni izziv #NoNewClothes Challenge, ki ljudi spodbuja, da tri mesece ne kupujejo novih oblačil.

NAŠ **PRISPEVEK** K DOSEGANJU **KROŽNEGA GOSPODARSTVA** *ZA EMBALAŽO*

Naš cilj je čim bolj zmanjšati količino embalažnega materiala, povečati odstotek recikliranega materiala in poskrbeti, da bo vso embalažo mogoče reciklirati – brez ogrožanja kakovosti, učinkovitosti ali varnosti naših izdelkov. V Evropi nenehno povečujemo delež reciklata v embalaži za tekoče detergente in izdelke za lase – na primer v znanih blagovnih znamkah, kot so Persil, Weißer Riese, Spee in Gliss. Telesa plastenk je mogoče reciklirati, delež recikliranega odpadnega materiala pa znaša vsaj 50 odstotkov. V Severni Ameriki je bila vsebnost recikliranih materialov v telesu plastenke tekočega mila za roke blagovne znamke Dial povečana na 100 odstotkov.

PODNEBJE

Podnebne spremembe so eden največjih izzivov našega časa. Henkel si prizadeva za dosego cilja 1,5 stopinje Celzija iz Pariškega podnebnega sporazuma. Zato smo v letu 2024 pripravili »načrt za ničelno stopnjo neto emisij«. Naše kratkoročne cilje in cilj ničelne stopnje za zmanjšanje emisij toplogrednih plinov v celotni vrednostni verigi je potrdila pobuda Science Based Targets (SBTi).

Zavezujemo se, da bomo do leta 2030 zmanjšali absolutne emisije toplogrednih plinov obsegov 1 in 2 za 42 odstotkov, absolutne emisije toplogrednih plinov obsega 3 pa za 30 odstotkov (v primerjavi z letom 2021). Poleg tega smo se zavezali, da bomo do leta 2045 zmanjšali absolutne emisije toplogrednih plinov obsegov 1, 2 in 3 za 90 odstotkov (v primerjavi z letom 2021).[1]

[1] Ciljna meja vključuje biogene emisije, povezane z zemljišči, in odvzeme iz bioenergetskih surovin.

Ničelna stopnja neto emisij je točka, v kateri so vsi izpusti toplogrednih plinov, ki jih povzroča človekova dejavnost, uravnoteženi z odstranitvijo enake količine izpustov iz ozračja našega planeta v določenem časovnem obdobju. Z drugimi besedami: ničelna stopnja neto emisij je stanje ravnovesja.

SCIENCE BASED TARGETS
DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

THE NET ZERO STANDARD
APPROVED NET-ZERO TARGETS

ZMANJŠANJE EMISIJ TOPLOGREDNIH PLINOV OBSEGOV 1 IN 2[1]

–41 %

ZMANJŠANJE EMISIJ TOPLOGREDNIH PLINOV OBSEGA 3[1]

–19 %

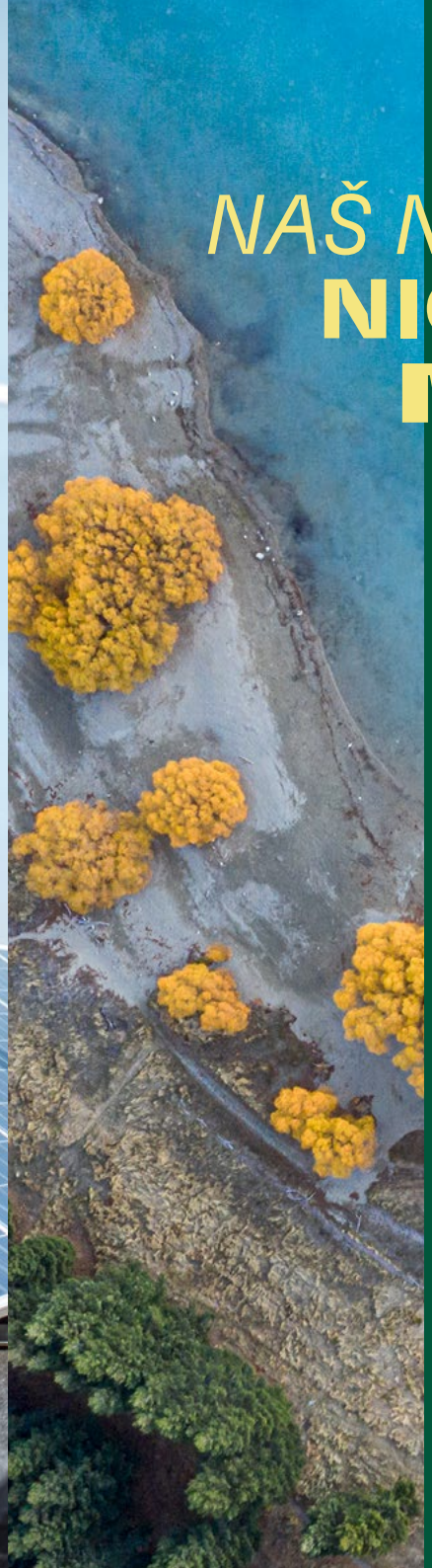
ZMANJŠANJE EMISIJ TOPLOGREDNIH OBSEGOV 1, 2 IN 3[1]

–20 %

ENERGIJE IZ OBNOVLJIVIH VIROV

47 %

[1] Vrednosti se nanašajo na poslovno leto 2024 v primerjavi z izhodiščnim letom 2021.



NAŠ NAČRT ZA **NIČELNO STOPNJO NETO** *EMISIJ*

Za uspešen napredek pri doseganju ničelne stopnje neto emisij bo potrebna celostna preobrazba našega poslovnega modela ter naših odnosov s poslovnimi partnerji, strankami in družbo kot celoto. Zato je Henkel opredelil ključna področja dejavnosti v naši vrednostni verigi in zunaj nje, v katerih bomo sodelovali s partnerji, da bi uresničili svoje cilje glede zmanjšanja emisij in podprli prehod v prihodnost z ničelno stopnjo neto emisij.

Da bi zmanjšali emisije, ki nastanejo neposredno pri naših dejavnostih, se osredotočamo na povečanje energetske učinkovitosti, uporabo obnovljivih virov energije in nabavo trajnostnih goriv. Kjer koli je to mogoče, v svoje objekte namestimo sončne kolektorje in kotle na biomaso, da pridobivamo čisto, obnovljivo energijo neposredno pri viru.

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

ZAUPANJA VREDEN **PARTNER**

Uspešno zgodbo našega podjetja so omogočili najboljši izdelki v svojem razredu, ki so varni za uporabo. Tako smo si pridobili zaupanje naših strank in potrošnikov – in to zaupanje si vedno znova zaslužimo z ustvarjanjem varnih in trajnostnih inovacij.

Sodelujemo s partnerji vzdolž vrednostne verige, da bi čim bolj povečali učinek naših dejavnosti na področju trajnostnega ravnanja. Odprta komunikacija je ključ do zaupanja vrednih odnosov. Henkel se zato že vrsto let zanaša na pregledno poročanje in konstruktiven dialog z zainteresiranimi stranmi o temah, kot so inovacije za učinkovito rabo virov, odgovorne dobavne verige, trajnostno financiranje in trajnostno preoblikovanje.

www.henkel.com/sustainability/trusted-partner

KLJUČNI KAZALNIKI ZA LETO 2024

Približno **97 %**

obsega naše nabave[1] je zajetih v procesu odgovornega pridobivanja

97 %

palmovega olja (iz jedrc), katerega odgovorno pridobivanje je certificirano ali zunanje potrjeno

Približno **3.200**

Henklovih dobaviteljev je opravilo oceno ali revizijo TfS

€ 631 mio.

za raziskave in razvoj

[1] Na področju embalaže, surovin in pogodbene proizvodnje.

S SKUPNIMI MOČMI ZA *TRAJNOSTNO DOBAVNO VERIGO*

Leta 2011 je Henkel skupaj z drugimi podjetji v kemični industriji začel izvajati pobudo Together for Sustainability (TfS), da bi uskladil upravljanje dobaviteljev na področju trajnosti in optimiziral dialog z globalnimi pogodbenimi partnerji. Pomemben mejnik v zgodovini pobude TfS je bil dosežen leta 2024 z uvedbo podatkovnega modela ogljičnega odtisa izdelkov (Product Carbon Footprint – PCF). Standardizirana platforma omogoča dobaviteljem in podjetjem, da ustvarjajo podatke PCF iz celotne dobavne verige in jih varno izmenjujejo ter tako ustvarjajo skladnost in primerljivost v kemični industriji.

Še en primer uspešnega več kot desetletnega sodelovanja v vrednostni verigi je sodelovanje z mednarodno razvojno organizacijo Solidaridad za izboljšanje življenjskih pogojev malih pridelovalcev palmovega olja v Kolumbiji, Gani, Hondurasu, Indoneziji, Mehiki, Nikaragvi in Nigeriji.

ODGOVORNO **PRIDOBIVANJE**

Naša baza dobaviteljev je eden naših najpomembnejših virov. Vključuje na milijone delavcev po vsem svetu in je zelo pomemben, saj sta obsežen dialog in tesno sodelovanje z našimi dobavitelji bistvena za doseganje trajnostnih poslovnih, procesnih in proizvodnih praks. Z našim pristopom odgovornega pridobivanja virov se osredotočamo na trajnostne vidike v naših dobavnih verigah v korist ljudi in našega planeta.

Skupaj s partnerji smo obstoječe programe financiranja dobaviteljev po vsem svetu povezali z merili trajnostne sposobnosti v vseh regijah. Sodelujoči dobavitelji imajo koristi od nižjih stroškov financiranja, čim boljši je njihov profil ESG – merjeno z njihovo uvrstitvijo EcoVadis. Poleg tega smo skupaj s partnerji zavezani k 100-odstotno odgovornemu pridobivanju surovin.

TRAJNOSTNO FINANCIRANJE

Z ustvarjanjem večje vrednosti za naše deležnike, uspešnim razvojem poslovanja in trajnostnim delovanjem v korist sedanjih in prihodnjih generacij spodbujamo preobrazbene spremembe. Naše trajnostne finančne pobude so trdno zasidrane v naši finančni strategiji. Naš okvir trajnostnega financiranja omogoča izdajo dveh vrst obveznic: obveznic, vezanih na trajnost, in zelenih obveznic. Pri obveznicah, vezanih na trajnost, so stroški financiranja vezani na izbrane trajnostne cilje, prihodki od zelenih obveznic pa se uporabijo za trajnostne naložbe. S tremi obveznicami, ki bodo zapadle leta 2024 in so povezane s trajnostnimi merili, ter eno zeleno obveznico za preprečevanje plastičnih odpadkov je približno 80 odstotkov financiranja družbe Henkel na kapitalskem trgu povezanega s trajnostjo, merjeno z zneskom odplačila v evrih.

www.henkel.com/investors-and-analysts

NAŠI ZAPOSLENI

Naša globalna ekipa, ki jo sestavlja približno 47.000 zaposlenih z različnimi ozadji, izkušnjami in znanji, je temelj našega uspeha.

Podjetniški duh je naša dediščina: Imamo pogum, da izvajamo spremembe in se nenehno izboljšujemo. Skupaj iščemo nove načine za preoblikovanje in izboljšanje življenja z našimi inovativnimi ter trajnostnimi blagovnimi znamkami in tehnologijami.

Zato svojim zaposlenim nudimo številne možnosti učenja, pridobivanja široke palete izkušenj ter strokovne in osebnostne rasti.

www.henkel.com/careers

ZAPOSLENI GLEDE NA DEJAVNOST[1]

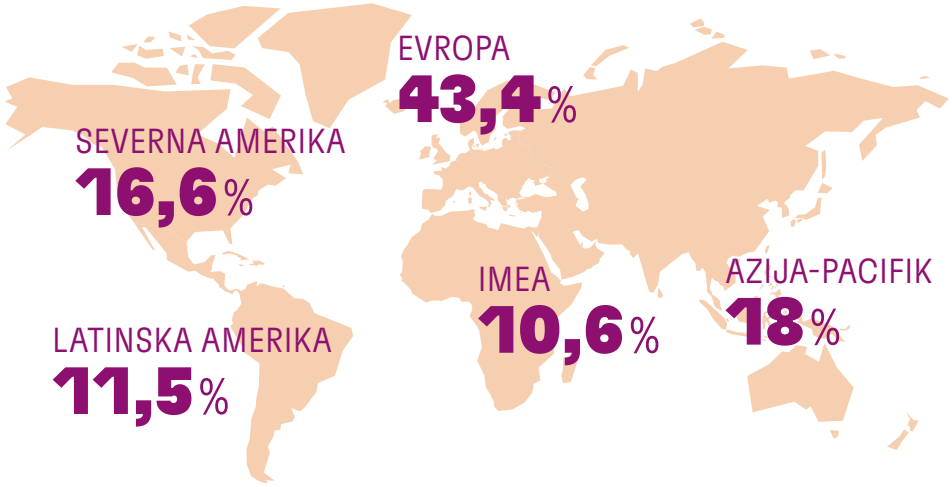
50 % PROIZVODNJA IN INŽENIRING

26 % TRŽENJE, PRODAJA IN DISTRIBUCIJA

18 % ADMINISTRACIJA

6 % RAZISKAVE IN RAZVOJ

ZAPOSLENI GLEDE NA REGIJO[1]



ZAPOSLENIH IZ 126 DRŽAV

47.150

DELEŽ VODIJ ŽENSKEGA SPOLA

41,9 %

[1] Na dan 31. decembra 2024.

DRUŽINSKE VREDNOTE KOT NAVDIH, PIONIRSKI DUH S SVRHOM KOT VODILO

V družbi Henkel spodbujamo kulturo pripadnosti in si prizadevamo za enake možnosti, da bi v celoti izkoristili potencial naše raznolikosti. To vključuje tudi enak dostop do ugodnosti za vse naše sodelavce. Zato smo uvedli globalno smernico za spolno nevtralen starševski dopust. Osemtedenski starševski dopust s polnim plačilom bi moral veljati za minimalni standard, ki dopolnjuje obstoječe lokalne prakse in predpise. Je ključni temelj za prijaznost do družine in večjo enakost med spoloma, zlasti v državah, kjer trenutno ni možnosti za starševski dopust. Na podlagi vloge skrbnika se smernica uporablja za vse spole in vse oblike starševstva, vključno s posvojitelji ali rejniki, istospolnimi pari ali starši samohranilci.

USPEŠNE ***SKUPNOSTI***

Naredimo vse, kar je v naši moči, da bi ljudem omogočili boljše življenje. Naša družbena odgovornost je spodbujanje enakosti, krepitev raznolikosti in spoštovanje človekovih pravic. Zavzemamo se za družbeni napredek, dostop do izobraževanja in njegovo širjenje po vsem svetu ter zagotavljamo pomoč v izrednih razmerah.

Prepričani smo, da je raznolikost velika prednost in da si vsakdo zasluži občutek, da je cenjen. Zato smo zavezani k spoštovanju človekovih pravic v celotni vrednostni verigi. To se začne z nenehno krepitvijo naše korporativne kulture in miselnosti. Zaposlenim nudimo možnost vseživljenjskega učenja in razvoja ter privlačno in zdravo delovno okolje.

www.henkel.com/sustainability/thriving-communities

USTVARJANJE **PRIHODNJIH** ***PRILOŽNOSTI*** S POMOČJO IZOBRAŽEVANJA

Zastavili smo si tudi cilj spodbujanja dostopa do kakovostnega izobraževanja ter povečanja števila mladostnikov in odraslih z ustreznimi spretnostmi ter kompetencami. Shaping Futures je dolgoletna globalna pobuda segmenta Schwarzkopf Professional, ki prikrajšanim mladim odraslim ponuja priložnost, da se naučijo frizerskega poklica in osnov razvoja frizerskega podjetja ter si tako zagotovijo preživetje.

S prostovoljnim sodelovanjem frizerjev in naših zaposlenih se je v več kot 30 državah, med drugim v Avstraliji, Gruziji, Nemčiji, na Filipinih, v Španiji in na Tajskem, usposabljalo že več kot 3.500 mladih.

V DRUŽBI **HENKEL,** SI ***UPAMO NAREDITI* SPREMEMBO.**

Tam, kjer se tehnologije srečujejo s potrošniškimi izdelki, lahko resnično vplivate na dobro počutje ljudi, vodilne blagovne znamke in uspešne poslovne segmente po vsem svetu. Vaša kariera pri nas pomeni prispevek k bolj trajnostni prihodnosti. Poleg tega pomeni rast v živahni in raznoliki kulturi zaupanja ter pripadnosti. Všeč so nam pogum in sveže ideje v ekipah, ki si upajo in jim ni vseeno.

www.henkel.com/careers

VEČ O PODJETJU HENKEL

Naše spletno mesto:
www.henkel.com

Naše finančne publikacije:
www.henkel.com/reports

Naše publikacije o trajnosti:
www.henkel.com/sustainability/reports

Naše karierne možnosti:
www.henkel.com/careers

HENKEL NA DRUŽBENIH OMREŽJIH

www.linkedin.com/company/henkel

www.instagram.com/henkel

www.facebook.com/henkel

www.youtube.com/henkel

REVIJA SPOTLIGHT

Več zgodb, intervjujev s strokovnjaki, obsežnih reportaž in člankov gostov je na voljo v naši digitalni reviji Spotlight:
www.henkel.com/spotlight

»Fritz for Future« (Fritz za prihodnost) je Henklov podkast o trajnosti, v katerem spoznavamo strokovnjake, ki nam opisujejo svoja razmišljanja o poslovanju, ustvarjanju in trajnosti.

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

IMPRESUM

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

© 2025 Henkel AG & Co. KGaA

Oblikovanje in postavitev
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

Pregled
Paul Knighton, Cambridge; Thomas Krause, Krefeld

PR No.: 03 25 1500

Vse blagovne znamke, uporabljene v tej publikaciji, so blagovne znamke in/ali registrirane blagovne znamke skupine Henkel v Nemčiji in drugod, razen če je navedeno drugače.