



HENKEL HIGHLIGHTS

20
24



Henkel

SADRŽAJ

- 2 O Henkelu
- 4 Henkel u 2024.
- 6 Oblikujemo našu budućnost
- 8 Naša strategija održivosti
- 10 Ključni finansijski podaci
- 12 Adhezivi Tehnologije
- 16 Consumer Brands
- 20 Klima
- 22 Partner od poverenja
- 25 Održive finansije
- 26 Naši ljudi
- 28 Uspešne zajednice

○ HENKELU

Fric Henkel osnovao je našu kompaniju 1876. godine. Zahvaljujući našim poslovnim sektorima Adhezivi Tehnologije i Consumer Brands zauzimamo vodeće pozicije na tržištima poslovanja robe široke potrošnje i industrijskih proizvoda. Proizvodi i tehnologije sa snažnim brendovima, kao što su Loctite, Schwarzkopf i Persil predstavljaju suštinski deo svakodnevice ljudi u više od 100 zemalja.

Naša svrha izražava ono što nas sve ujedinjuje u Henkelu: *Pioneers at heart for the good of generations.* Mi smo raznoliki tim sa oko 47.000 zaposlenih širom sveta, koji teži da obogati i poboljša život, svakoga dana kroz naše proizvode, usluge i rešenja. Naša svrha je izgrađena na našim korenima i nosi dugotrajno nasleđe inovacija, odgovornosti i održivosti u budućnost.

NAŠA SURHA

Pioneers at heart
for the good
of generations

NAŠE VREDNOSTI

Stavljamo naše **kupce i potrošače** u centar svega što radimo.

Vrednujemo, podstičemo i nagrađujemo naše **ljude**.

Ostvarujemo izvrsni održivi **finansijski rezultat**.

Posvećeni smo liderstvu u **održivosti**.

Oblikujemo našu budućnost snažnim preduzetničkim duhom zasnovanim na našoj **porodičnoj poslovnoj tradiciji**.

NAŠA VIZIJA

Pobediti u 20-im nadmašujući tržišta sa inovativnim i održivim rešenjima.

HENKEL

2024

USPEŠNI SA BRENDovima
I TEHNOLOGIJAMA VEĆ

148

GODINA

DVA
POSLOVNA SEKTORA

**ADHEZIVI
TEHNOLOGIJE &
CONSUMER
BRANDS**

NAŠI VODEĆI BRENDovi

LOCTITE


Schwarzkopf

Persil

ZAPOSLENIH
IZ 126 DRŽAVE

47.150

UDEO ŽENA NA
MENADŽERSKIM POZICIJAMA

41,9%

SMANJEN OPSEG 1, 2, 3
EMISIJE EFEKTA STAKLENE
BAŠTE (GHG-GREEN HOUSE
GAS) 1 – 20 %¹

-20%

UDEO RECIKLIRANE
PLASTIKE ZA SVA
PAKOVANJA PROIZVODA
CONSUMER BRANDS

25%

¹ Broj se odnosi na fiskalnu godinu 2024. u odnosu na polaznu 2021. godinu

161

PROIZVODNE LOKACIJE
ŠIROM SVETA

PRODAJA

€ 21,6 mlrd

CENTRALA U

Diseldorfu

53

ZEMLJE U KOJIMA
PROIZVODIMO

OBLIKUJEMO NAŠU **BUDUĆNOST**

Oblikujemo našu budućnost na osnovu dugoročnog strateškog okvira koji počiva na našoj svrsi i vrednostima.

Naš strateški okvir ima jasan fokus na svrsishodnom rastu. To znači da težimo stvaranju superiorne vrednosti za kupce i potrošače kako bismo prevazišli naša tržišta, osnažili naše vodstvo u održivosti i omogućili našim zaposlenima da se razvijaju kako na profesionalnom, tako i na ličnom planu u Henkelu.

Ključni elementi našeg strateškog okvira su pobednički portfolio, jasna kompetitivna prednost u oblastima inovacija, održivosti i digitalizacije, i operativni modeli spremni za budućnost - na snažnoj osnovi koju čine kultura saradnje i osnaženi ljudi.

SVRSISHODAN **RAST**

POBEDNIČKI
PORTFOLIO

**KOMPETITIVNA
RAZLIKA**

INOVACIJE

ODRŽIVOST

DIGITALIZACIJA

**OPERATIVNI
MODELI
ZA BUDUĆNOST**

KOLABORATIVNA KULTURA &
OSNAŽENI **LJUDI**

NAŠA STRATEGIJA ODRŽIVOSTI

Održive poslovne prakse su integralni deo naše kompanijske kulture već decenijama i predstavljaju centralni element naše vizije budućnosti.

U okviru našeg „**Strateškog okvira ambicije održivog poslovanja 2030+**”, postavili smo visok cilj dostizanja „Transformacionog uticaja za dobrobit generacija.” Ovaj pristup uključuje tri dimenzije ESG u našu viziju održivosti: **Regenerativna planeta, Uspešne zajednice i Partner od poverenja.**

Ovo predstavlja našu globalnu strategiju održivosti – sa jasnim ambicijama i ciljevima koje želimo da ostvarimo u ovoj deceniji. Aktivno ćemo pokretati transformaciju ka održivoj ekonomiji i društvu, pomoći u zaštiti i regeneraciji prirodnog okruženja, doprinostiti snažnim zajednicama i jačati poverenje naših zainteresovanih strana.

Na ovaj način, gradimo na našim snažnim stranama: inovativnom snagom naših poslovnih sektora, ekstenzivnim znanjem naših zaposlenih i brojnim dodirnim tačkama naših proizvoda sa našim potrošačima i partnerima.

2030+ STRATEŠKI OKVIR ODRŽIVOSTI

NAŠA SVRHA

Pioneers at heart for the good of generations.

TRANSFORMATIVNI UTICAJ ZA DOBROBIT BUDUĆIH GENERACIJA



REGENERATIVNA PLANETA

Težimo da ostvarimo cirkularnu ekonomiju, klimatski neutralnu budućnost i regeneraciju prirode.



KLIMA

Ostvariti klimatski neutralno poslovanje dekarbonizacijom našeg poslovanja i sirovina.



CIRKULARNOST

Unaprediti cirkularnost kroz naše proizvode, pakovanja i tehnologije.



PRIRODA

Zaštiti i obnoviti biodiverzitet sa fokusom na šume, zemljište i vodu, i osigurati odgovorno upravljanje resursima.



USPEŠNE ZAJEDNICE

Aktivno doprinosimo ljudima da mogu da vode bolji život sa našim biznisom i brendovima.



JEDNAKOST

Ojačavamo raznolikost, jednakost i inkluziju, poštujemo ljudska prava i poboljšavamo sredstva za život ljudi.



OBRAZOVANJE

Podržavamo doživotno učenje i obrazovanje i motivišemo ljude da preuzmu akcije za održivost.



DOBROBIT

Podstičemo zdravlje i blagostanje, i pomažemo u pokretanju društvenog napretka.



PARTNER OD POVERENJA

Posvećeni smo kvalitetu i bezbednosti proizvoda, a istovremeno obezbeđujemo poslovni uspeh sa integritetom.



PERFORMANSE

Pouzdana isporuka najboljih proizvodnih performansi u klasi i hemijska bezbednost su osnova našeg uspeha u poslovanju.



TRANSPARENTNOST

Integriše održivost u naše poslovno upravljanje kroz transparentno izveštavanje, objavljivanje podataka i angažovanje.



SARADNJA

Povećanje uticaja održivosti sa našim partnerima koji dovodi do odgovorne poslovne prakse u našim lancima snabdevanja.

PROIZVODI

ZAPOSLENI

PARTNERSTVA

KLJUČNI FINANSIJSKI PODACI ZA 2024

PRODAJA

€ **21,6** mlrd

KORIGOVANA²
OPERATIVNA DOBIT
(KORIGOVAN EBIT)

€ **3,089** mlrd

KORIGOVANI²
PRIHOD PO
PRIORITETNOJ AKCIJI

€ **5,36**

ORGANSKI RAST
PRODAJE

2,6%

KORIGOVANI²
PRINOS OD PRODAJE
(EBIT MARŽA)

14,3%

DIVIDENDE PO PRIORITETNOJ AKCIJI³

€ **2,04**

PRODAJA PO
POSLOVNIM SEKTORIMA

51%

48%

1%

ADHEZIVI
TEHNOLOGIJE

CONSUMER
BRANDS

KORPORATIVNO¹

PRODAJA PO
REGIONIMA⁴

SEVERNA AMERIKA

28%

EVROPA

37%

LATINSKA
AMERIKA

8%

IMEA⁵

11%

AZIJA-PACIFIK

16%

¹ Korporativno = prodaja i usluge koje proističu iz pojedinačnih poslovnih sektora.

² Korigovano na osnovu jednokratnih troškova i dobiti, i zbog troškova restrukturiranja.

³ Predlog akcionarima za Generalnu godišnju skupštinu 28. aprila 2025.

⁴ Uključujući 1% korporativno.

⁵ Indija, Bliski Istok, Afrika.

NAPREDAK U ODRŽIVOSTI 2024

IZUZETAN
UČINAK U
REJTINZIMA I
RANGIRANJU



CO₂ EMISIJA IZ NAŠE PROIZVODNJE PO
TONI PROIZVODA (VS. 2017)

-64%

POTROŠNJA VODE PO TONI
PROIZVODA¹ (VS. 2010)

-23%

PROIZVODNI OTPAD PO TONI
PROIZVODA (VS. 2010)

-39%

BEZBEDNIJE PREMA MILIONIMA
RADNIH SATI (VS. 2010)

+47%

¹ Voda za proizvodnju: površinska voda, dubinska voda i voda od trećih lica

ADHEZIVI TEHNOLOGIJE

Naš poslovni sektor Adhezivi Tehnologije predvodi globalno tržište tehnologija za lepkove, zaptivače i funkcionalne premaze - za industrijsku primenu i za zanatlije. Kao stručnjaci za industrijske primene u više od 800 industrija, blisko saradujemo sa našim kupcima i partnerima. Na osnovu našeg širokog portfolija tehnologija i snage naših inovacija, stalno razvijamo prilagođena rešenja u našim poslovnim oblastima Mobilnost i elektronika, Pakovanje i roba za potrošače, i Zanatlije, građevinarstvo i profesionalci.

www.henkel.com/adhesive-technologies

TOP BRENDOVI

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

KLJUČNI FINANSIJSKI POKAZATELJI 2024

Prodaja

€ **10,97** mlrd

Organski rast prodaje

2,4%

Korigovani¹ operativni profit (EBIT)

€ **1,817** mlrd

Korigovani¹ prinos od prodaje (EBIT marža)

16,6%

¹ Korigovano na osnovu jednokratnih troškova i dobiti i zbog troškova restrukturiranja.

POKREĆUĆI BUDUĆNOST

Kao deo našeg Centra za inženjering baterija, novi Centar za testiranje baterija proširuje naše kompetencije u oblasti elektromobilnosti i jača našu vodeću poziciju kao partnera za dizajn i inovacije za proizvođače automobila i baterija.

U najsavremenijem postrojenju, naši stručnjaci sprovode širok spektar testova na baterijskim sistemima kako bi pomogli našim partnerima u razvoju sigurnijih i snažnijih baterija.

Kreiranjem digitalnih blizanaca i digitalnih materijalnih kartica mogu se simulirati i validirati scenariji za baterije u realnim sistemima. Na taj način ubrzavamo razvojne cikluse, podstičemo reciklažu baterija i unapređujemo rešenja za mobilnost bez emisija.





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

Ambalaža, posebno u prehrambenoj industriji, mora ispunjavati visoke standarde kako za proizvođače, tako i za potrošače. Naš visokoperformansni topli lepak Technomelt Supra 079 Eco Cool kombinuje prednosti naših proverenih serija Technomelt Supra Eco i Supra Cool u jednom proizvodu, doprinoseći održivosti na dva načina – kroz sirovine i proces obrade.

Zahvaljujući sadržaju bio-baziranih sirovina od najmanje 49%, ovaj lepak ima niži CO₂ otisak i istovremeno smanjuje potrošnju energije u proizvodnim procesima naših kupaca, zahvaljujući smanjenju temperature nanošenja do 40°C.



POTPUNA TRANSPARENTNOST U PORTFOLIJU PROIZVODA **TEHNOLOGIJA LEPKOVA**

Postavili smo sebi cilj da razumemo uticaj naših proizvoda na životnu sredinu i da podatke učinimo transparentno dostupnim. “Henkel Environmental Assessment Reporting Tool (HEART)” omogućava automatski proračun ugljeničnog otiska za oko 72.000 proizvoda. Nova digitalna platforma za merenje obuhvata ukupne emisije gasova sa efektom sta-

klene bašte od početka do izlaza iz fabrike (cradle-to-gate), uključujući sirovine, proizvodnju, pakovanje i logistiku. Ova potpuna transparentnost, zasnovana na pouzdanim podacima i doslednoj, sertifikovanoj metodologiji proračuna prema vodećim međunarodnim standardima, ključna je za smanjenje ekološkog otiska kako kompanije Henkel, tako i naših kupaca.

CONSUMER BRANDS

Naša poslovna jedinica Consumer Brands nudi multikategorijsku platformu kako za profesionalnu negu kose, tako i za potrošačke brendove, uključujući širok asortiman proizvoda i ikonskih brendova poput Persil-a i Schwarzkopf-a. Naš portfolio je usmeren na više kategorija potrošačkih brendova, s posebnim naglaskom na dve ključne oblasti: pranje veša i kućna nega i nega kose. Takođe, obuhvata proizvode za frizere koji svojim kreacijama postavljaju nove trendove. U više od 60 zemalja, naši stručnjaci neprestano rade na ispunjavanju potreba potrošača kroz vrhunska istraživanja i razvoj, jake brendove te inovativne i održive proizvode.

www.henkel.com/consumer-brands

TOP BREND OVI

Persil


Schwarzkopf



SYOSS

KLJUČNI FINANSIJSKI POKAZATELJI 2024

Prodaja

€ **10,467** mlrd

Organski rast prodaje

3,0%

Korigovani¹ operativni profit (EBIT)

€ **1,419** mlrd

Korigovani¹ prihod od prodaje (EBIT marža)

13.6%

¹ Korigovano na osnovu jednokratnih troškova i dobiti i zbog troškova restrukturiranja.

GDE SE POTROŠAČKI TRENDOVI PRETVARAJU U INOVACIJE

Želimo da razumemo potrebe naših potrošača širom sveta i da na trendove odgovorimo inovativnim proizvodima. Otvaranjem našeg najvećeg istraživačko-razvojnog centra (R&D) u Aziji, stvaramo mesto koje objedinjuje ekspertizu iz oblasti pranja veša i kućne nege i nege kose.

Azijski R&D centar za Consumer Brands u Šangaju doprinosi agilnom razvoju inovacija, oslanjajući se na lokalne potrošačke navike i uvide iz jedanaest azijskih tržišta. Najsavremenija oprema i sveobuhvatne mogućnosti testiranja omogućavaju Henkelovim stručnim timovima da razvijaju inovacije – od istraživanja potrošača do dizajna ambalaže.



PRODUŽAVANJE TRAJNOSTI *TEKSTILA*

Naš brend ikona – Perwoll je odavno prevazišao ulogu deterdženta isključivo za vunu i sada obuhvata sve vrste tekstila i boja. Njegova Triple Renew tehnologija kombinuje nežno čišćenje, aktivnu negu i inovativnu enzimsku tehnologiju kako bi se sačuvala boja odeće. Efekat obnove vlakana postaje vidljiv nakon deset pranja, čime se produžava vek trajanja tekstila.

Kako bi podigao svest o održivoj modi, Perwoll saraduje s partnerima poput Sellpy-ja, jedne od najvećih evropskih onlajn prodavnica polovne odeće, i posvećen je produženju životnog ciklusa odeće. Zajedno sa NGO Remake, organizacijom koja se bori protiv brze mode, Perwoll želi da podstakne ljude da češće nose omiljene komade iz svojih ormara. U tom cilju, brend podržava globalni izazov #NoNewClothes, koji motiviše ljude da se tri meseca suzdrže od kupovine nove odeće.



NAŠ DOPRINOS OSTVARIVANJU CIRKULARNE EKONOMIJE *AMBALAŽE*

Naš cilj je da smanjimo količinu ambalažnog materijala, povećamo udeo recikliranih materijala i omogućimo da sva ambalaža bude reciklabilna – bez kompromisa po pitanju kvaliteta, performansi ili sigurnosti naših proizvoda. U Evropi smo kontinuirano povećavali procenat reciklata u ambalaži za tečne deterdžente i proizvode iz kategorije nege

kose – na primer, u poznatim brendovima poput Persil, Weißer Riese, Spee i Gliss. Boce su reciklabilne, a udeo recikliranog materijala nakon potrošnje (post-consumer recyclate) iznosi najmanje 50%. U Severnoj Americi, sadržaj recikliranog materijala u boci za tečni sapun za ruke brenda Dial povećan je na 100%.

KLIMA

Klimatske promene predstavljaju jedan od najvećih izazova našeg vremena. Henkel je posvećen ostvarivanju cilja od 1,5 Celzijusa, definisanog Pariskim klimatskim sporazumom. Iz tog razloga, 2024. godine uspostavili smo mapu puta ka nultim neto emisijama. Naši kratkoročni ciljevi, kao i cilj postizanja nultih neto emisija duž celokupnog vrednosnog lanca, potvrđeni su od strane inicijative “Science Based Targets” (SBTi).

Obavezujemo se da ćemo do 2030. godine smanjiti apsolutne emisije “Opseg 1” i “2 GHG” za 42% i naše “Opseg 3 GHG” za 30% (u poređenju sa 2021. godinom). Potpuno smo posvećeni smanjenju apsolutne emisije “Opseg 1,2 i 3 GHG” do 90 odsto (u poređenju sa 2021. godinom) do 2045. godine.¹

¹ Granica cilja obuhvata biogene emisije povezane sa zemljištem i uklanjanje sirovina za bioenergiju.

Neto nula definiše tačku u kojoj su sve emisije gasova sa efektom staklene bašte (GHG) izazvane ljudskom aktivnošću izbalansirane uklanjanjem iste količine emisija iz atmosfere naše planete tokom određenog vremenskog perioda. Drugim rečima, neto nula je stanje ravnoteže.



SMANJENJE EMISIJE OPSEGA 1 I 2 GHG EMISIJE¹

-41%

SMANJENJE EMISIJE OPSEGA 3 GHG EMISIJE¹

-19%

SMANJENJE EMISIJE OPSEGA 1, 2 I 3 GHG EMISIJE¹

-20%

ENERGIJA IZ OBNOVLJIVIH IZVORA

47%

¹ Cifre se odnose na 2024. fiskalnu godinu u poređenju sa baznom godinom 2021.



NAŠA MAPA PUTA KA NULTIM NETO EMISIJAMA

Uspešan napredak ka nultim neto emisijama zahteva sveobuhvatnu transformaciju našeg poslovnog modela, kao i naših interakcija sa poslovnim partnerima, kupcima i društvom u celini. Iz tog razloga, Henkel je identifikovao ključne oblasti delovanja duž i van našeg vrednosnog lanca, u kojima ćemo saradivati sa partnerima kako bismo ispunili ciljeve smanjenja emisija i podržali prelazak ka nultoj neto budućnosti.

Kako bismo smanjili emisije koje nastaju direktno iz naših poslovnih operacija, fokusiramo se na povećanje energetske efikasnosti, korišćenje obnovljivih izvora energije i nabavku održivih goriva. Gde god je to moguće, u našim objektima instaliramo solarne panele i kotlove na biomasu, kako bismo proizveli čistu, obnovljivu energiju.

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

PARTNER OD POVERENJA

Naša priča o uspehu zasnovana je na vrhunskim proizvodima koji su bezbedni za upotrebu. Tako smo stekli poverenje naših kupaca i potrošača – a to poverenje iznova opravdavamo stvaranjem bezbednih i održivih inovacija.

Sarađujemo sa partnerima duž celog lanca vrednosti kako bismo maksimalno povećali uticaj naših aktivnosti u oblasti održivosti. Otvorena komunikacija je ključ poverenja u odnosima koje gradimo. Zbog toga se Henkel već dugi niz godina oslanja na transparentno izveštavanje i konstruktivan dijalog sa našim zainteresovanim stranama o temama kao što su inovacije koje štede resurse, odgovorni lanci snabdevanja, održivo finansiranje i održiva transformacija.

www.henkel.com/sustainability/trusted-partner

KLJUČNI POKAZATELJI 2024

Oko **97%**

našeg obima nabavke¹ obuhvaćeno je Procesom odgovorne nabavke.

97%

palminog (jezgrovog) ulja ima sertifikat o odgovornoj nabavci ili je eksterno potvrđeno.

Oko **3.200**

Henkelovih dobavljača prošlo je TfS procenu ili reviziju.

€ **631** m

za istraživanje i razvoj

¹ U oblastima ambalaže, sirovina i ugovorne proizvodnje.



ZAJEDNO KA ODRŽIVOM LANCU SNABDEVANJA

Henkel je 2011. godine, zajedno sa drugim kompanijama iz hemijske industrije, pokrenuo inicijativu Together for Sustainability (TfS) s ciljem usklađivanja upravljanja dobavljačima u oblasti održivosti i optimizacije dijaloga sa globalnim ugovornim partnerima. Važna prekretnica u istoriji TfS inicijative dostignuta je 2024. godine uvođenjem modela podataka o ugljeničnom otisku proizvoda (Product Carbon Footprint – PCF). Ova standardizovana platforma omogućava dobavljačima i kompanijama da generišu PCF podatke iz celokupnog lanca snabdevanja i bezbedno ih razmenjuju, čime se postiže doslednost i uporedivost u hemijskoj industriji.

Još jedan primer uspešne saradnje duže od deset godina u lancu vrednosti jeste partnerstvo sa međunarodnom razvojnom organizacijom Solidaridad, s ciljem poboljšanja životnih uslova malih farmara palminog (jezgrovog) ulja u Kolumbiji, Gani, Hondurasu, Indoneziji, Meksiku, Nikaragvi i Nigeriji.

ODGOVORNA NABAVKA

Naša baza dobavljača jedna je od naših najvažnijih resursa. Obuhvata milione radnika širom sveta i ima veliki značaj, jer su intenzivan dijalog i bliska saradnja sa dobavljačima ključni za postizanje održivog poslovanja, procesa i proizvodnih praksi. Kroz naš pristup odgovornoj nabavci, fokusiramo se na aspekte održivosti duž naših lanaca snabdevanja, u korist ljudi i naše planete.

Zajedno sa našim partnerima, povezali smo postojeće programe finansiranja dobavljača sa kriterijumima održivosti u svim regionima sveta. Dobavljači koji učestvuju u ovim programima ostvaruju niže troškove finansiranja u zavisnosti od kvaliteta njihovog ESG profila, koji se meri prema njihovom rangu na EcoVadis platformi. Pored toga, posvećeni smo postizanju 100% odgovorne nabavke zajedno sa našim partnerima.



ODRŽIVO FINANSIRANJE

Pokrećemo transformativne promene stvaranjem veće vrednosti za naše zainteresovane strane, uspešnim razvojem poslovanja i održivim delovanjem u korist sadašnjih i budućih generacija. Naše inicijative za održivo finansiranje čvrsto su ugrađene u našu finansijsku strategiju. Naš okvir za održivo finansiranje omogućava izdavanje dve vrste obveznica: obveznice povezane sa održivošću (*sustainability-linked bonds*) i zelene obveznice (*green bonds*). Kod obveznica povezanih sa održivošću, troškovi finansiranja vezani su za odabrane ciljeve održivosti, dok se sredstva prikupljena izdavanjem zelenih obveznica koriste za održive investicije. Sa tri obveznice povezane sa kriterijumima održivosti koje su bile u opticaju 2024. godine i jednom zelenom obveznicom namenjenom smanjenju plastičnog otpada, oko 80 % Henkelovog finansiranja na tržištu kapitala povezano je sa održivošću, mereno prema iznosu otplate u evrima.

NAŠI LJUDI

Naš globalni tim, koji čini oko 47.000 zaposlenih različitih stručnosti, iskustava i veština predstavlja osnovu našeg uspeha.

Preduzetnički duh je naše nasleđe: Imamo hrabrost da menjamo stvari i da stalno sebe poboljšavamo. Zajedno, tražimo nove načine da redefinišemo i poboljšamo život sa našim inovativnim i održivim brendovima i tehnologijama.

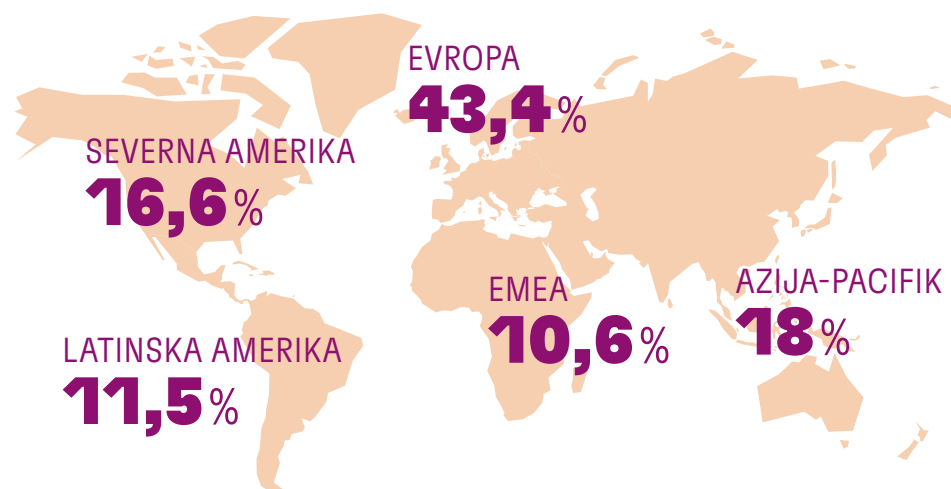
Iz tog razloga nudimo zaposlenima mnoge prilike da uče, da steknu raznoliko iskustvo i da se razvijaju profesionalno i lično.

www.henkel.com/careers

ZAPOSLENI PO AKTIVNOSTIMA¹



ZAPOSLENI PO REGIONIMA¹



ZAPOSLENI IZ
126 ZEMALJA

47.150

UDEO ŽENA
U MENADŽMENTU

41,9%

¹ Podaci od 31. decembra 2024.



INSPIRISANI PORODIČNIM VREDNOSTIMA, VOĐENI **PIONIRSKOM** **SVRHOM**

U kompaniji Henkel negujemo kulturu pripadnosti i težimo ka jednakim mogućnostima kako bismo u potpunosti iskoristili raznolikost koju donosimo. To uključuje i jednak pristup beneficijama za sve naše kolege. Zbog toga smo uveli globalne smernice za rodno neutralno roditeljsko odsustvo. Osmone-deljno roditeljsko odsustvo uz punu platu trebalo bi da bude minimalni standard, dopunjujući postojeće lokalne prakse i propise. Ovo predstavlja ključnu osnovu za podršku porodicama i veću rodnu ravnopravnost, posebno u zemljama gde su mogućnosti za roditeljsko odsustvo trenutno ograničene. Na osnovu uloge negovatelja, smernice se primenjuju na sve oblike roditeljstva, uključujući usvojitelje, hranitelje, istopolne parove i samohrane roditelje.

USPEŠNE ZAJEDNICE

Radimo sve što je u našoj moći kako bismo ljudima omogućili bolji život. Naša društvena odgovornost je da promoviramo jednakost, jačamo raznolikost i poštujemo ljudska prava. Posvećeni smo društvenom napretku, kao i obezbeđivanju i širenju pristupa obrazovanju širom sveta, uz pružanje pomoći u hitnim situacijama.

Uvereni smo da je raznolikost velika snaga i da svako zaslužuje da se oseća cenjeno. Zbog toga smo posvećeni poštovanju ljudskih prava u celom našem lancu vrednosti. To započinje stalnim jačanjem naše korporativne kulture i načina razmišljanja. Našim zaposlenima pružamo mogućnost za celoživotno učenje i razvoj, kao i atraktivno i zdravo radno okruženje.

www.henkel.com/sustainability/thriving-communities



STVARANJE **BUDUĆIH** **PRILIKA** KROZ **OBRAZOVANJE**

Postavili smo sebi cilj da promovišemo pristup kvalitetnom obrazovanju i povećamo broj mladih ljudi i odraslih sa relevantnim veštinama i kompetencijama. *Shaping Futures* je dugogodišnja globalna inicijativa Schwarzkopf Professional-a, koja nudi ugroženim mladim odraslim osobama šansu da nauče zanat frizerstva i osnove izgradnje frizerskog biznisa, čime obezbeđuju izvor prihoda.

Zahvaljujući dobrovoljnom angažovanju frizera i naših zaposlenih, više od 3.500 mladih odraslih osoba već je obučeno u više od 30 zemalja, uključujući Australiju, Gruziju, Nemačku, Filipine, Španiju i Tajland.



**DARE
TO MAKE
AN IMPACT?**

**U HENKELU, USUĐUJEMO SE
DA *NAPRAVIMO* ZNAČAJNU PROMENU.**

Tamo gde se tehnologije susreću sa potrošačkim proizvodima, zaista možete uticati na dobrobit ljudi, na vodeće brendove i na uspešne poslovne poduhvate širom sveta. Vaša karijera s nama znači doprinos stvaranju održivije budućnosti i znači rast u živoj i raznovrsnoj kulturi poverenja i pripadnosti. Volimo hrabrost i nove ideje u timovima koji se usude i koji brinu.

www.henkel.com/careers



VIŠE O HENKELU

Naš veb-sajt:

www.henkel.com

Naše finansijske publikacije:

www.henkel.com/reports

Naše publikacije o održivosti:

www.henkel.com/sustainability/reports

Oglasi za posao:

www.henkel.com/careers

HENKEL ON SOCIAL MEDIA



www.linkedin.com/company/henkel

www.instagram.com/henkel

www.facebook.com/henkel

www.youtube.com/henkel

MAGAZINE „SPOTLIGHT”

Više priča, intervjuja sa stručnjacima, opsežnih reportaža i članaka gostiju možete pročitati u našem digitalnom magazinu „Spotlight”:

www.henkel.com/spotlight



„Fritz for Future” je Henkelov podcast o održivosti, gde se sastajemo sa stručnjacima koji nam govore o tome kako izgleda održivo poslovanje, kreiranje i razmišljanje na tu temu.

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

IMPRESUM

Izdaje

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf, Nemačka

Broj telefona: +49 (0) 211/797-0

© 2025 Henkel AG & Co. KGaA

Dizajn i prelom

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 nije drugačije navedeno, sve oznake korišćene u ovom izdanju su zaštitni znakovi i/ili registrovani zaštitni znakovi Grupe Henkel u Nemačkoj i drugde.