

Quartalsmitteilung Q3 2022

Juli–September

Ausblick für das Geschäftsjahr 2022 angehoben

Henkel setzt Wachstumskurs erfolgreich fort und erzielt im dritten Quartal ein zweistelliges Umsatzplus

- **Konzernumsatz wächst organisch um +11,3% auf neuen Höchstwert von rund 6 Mrd Euro, nominal +17,3%, unterstützt von allen drei Unternehmensbereichen:**
 - **Adhesive Technologies mit zweistelliger organischer Umsatzentwicklung von +16,8%, nominal +22,6%**
 - **Beauty Care verzeichnet positives organisches Umsatzwachstum von +0,9%, nominal +8,4%**
 - **Laundry & Home Care erzielt deutliche organische Umsatzsteigerung von +7,3%, nominal +13,2%**
- **Wachstumsregionen mit zweistelligem, reife Märkte mit sehr starkem Umsatzwachstum**
- **Zusammenschluss von Laundry & Home Care und Beauty Care zu Consumer Brands kommt schneller voran als geplant**
- **Ausblick für das Geschäftsjahr 2022: Prognose für Umsatz- und Ergebnisgrößen vor Hintergrund der anhaltend starken Geschäftsentwicklung angehoben**

Düsseldorf, 8. November 2022 – Henkel hat auch im **dritten Quartal des Geschäftsjahres 2022** seinen Wachstumskurs erfolgreich fortgesetzt und einen **Konzernumsatz** von rund 6 Mrd Euro erzielt. Das ist ein neuer Höchstwert für einen Quartalsumsatz und entspricht einem zweistelligen organischen Wachstum von +11,3 Prozent, getragen durch eine zweistellige Preisentwicklung in allen Unternehmensbereichen sowie durch alle Regionen. Die Mengenentwicklung lag – bedingt durch die Konsumentengeschäfte – insgesamt unter dem entsprechenden Vorjahresniveau. Nominal stieg der Umsatz um +17,3 Prozent.

„In einem weiterhin außerordentlich herausfordernden Marktumfeld ist es uns gelungen, unsere Strategie erfolgreich voranzutreiben und ein deutlich zweistelliges Umsatzwachstum zu erzielen. Besonders erfreulich ist, dass alle Unternehmensbereiche und Regionen zu dieser starken Geschäftsentwicklung beigetragen haben, wobei insbesondere der Unternehmensbereich

Adhesive Technologies mit einem deutlich zweistelligen Umsatzplus im dritten Quartal ein starker Treiber dieser Entwicklung war“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel.

„Das zweistellige Umsatzwachstum im dritten Quartal ist ein erneuter Beleg für die Stärke unseres robusten und diversifizierten Portfolios mit erfolgreichen Marken und innovativen Technologien. Zudem haben wir die Umsetzung unserer Maßnahmen zur Portfoliooptimierung weiter konsequent vorangetrieben, unser striktes Kostenmanagement fortgesetzt und an weiteren Effizienzverbesserungen gearbeitet. Darüber hinaus sind wir bei der Implementierung der neuen Strukturen im Zuge der Zusammenlegung unserer beiden Konsumentengeschäfte unserem ursprünglichen Zeitplan voraus. Diese starke Leistung ist ein Erfolg unseres globalen Teams, das in dieser herausfordernden Zeit mit großem Engagement zum langfristigen Erfolg von Henkel entscheidend beiträgt.“

Das zweistellige Umsatzwachstum von Henkel im dritten Quartal war vor allem durch den Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** getragen. Hier erzielten alle Geschäftsfelder deutliche oder zweistellige organische Umsatzzuwächse.

Der Unternehmensbereich **Beauty Care** erzielte im dritten Quartal trotz der Umsetzung der angekündigten Portfoliomaßnahmen ein positives organisches Umsatzwachstum. Hierzu haben sowohl das Friseurgeschäft als auch das Konsumentengeschäft beigetragen.

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** erzielte ein deutliches organisches Umsatzwachstum, das insbesondere durch das Geschäftsfeld Waschmittel getragen war.

In regionaler Hinsicht legte der Umsatz im dritten Quartal in allen Regionen organisch zu. Dabei wurde die starke Umsatzentwicklung des Konzerns insbesondere von den Wachstumsregionen getrieben. Hier zeigten alle Regionen zweistellige organische Wachstumsraten.

Mit Blick auf den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2022 sagte Knobel: „Wir bewegen uns in einem Marktumfeld, das von hoher Volatilität und Unsicherheit gekennzeichnet ist. In diesem insgesamt inflationären Umfeld mit gestiegenen Rohstoff- und Energiepreisen haben wir in den ersten neun Monaten eine starke Geschäftsentwicklung gezeigt. Vor diesem Hintergrund heben wir unsere **Umsatz- und Ergebnisprognose** für das Jahr 2022 an.“

Das Unternehmen geht auf Konzernebene nun von einem organischen Umsatzwachstum von +7,0 bis +8,0 Prozent aus (vorher: +5,5 bis +7,5 Prozent) und erwartet nun eine bereinigte Umsatzrendite (EBIT-Marge) in der Bandbreite zwischen 10,0 und 11,0 Prozent (vorher: 9,0 bis 11,0 Prozent). Für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) bei konstanten Wechselkursen erwartet Henkel nun einen Rückgang zwischen -25 und -15 Prozent (vorher: -35 bis -15 Prozent).

Umsatzentwicklung Konzern

Der **Konzernumsatz** stieg im **dritten Quartal 2022 nominal** um +17,3 Prozent auf 5.976 Mio Euro. **Organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um +11,3 Prozent. Auf Konzernebene war der Anstieg preisgetrieben. Die Volumenentwicklung in den Unternehmensbereichen fiel unterschiedlich aus. Effekte aus Akquisitionen und Divestments minderten den Umsatz um -0,6 Prozent. Wechselkurseffekte wirkten sich demgegenüber mit +6,6 Prozent positiv auf die Umsatzentwicklung aus.

In den **ersten neun Monaten 2022** erhöhte sich der Umsatz **nominal** um +12,5 Prozent auf 16.889 Mio Euro. **Organisch** verzeichnete Henkel einen deutlichen Umsatzanstieg von +9,7 Prozent. Dieser war preisgetrieben, während sich das Volumen rückläufig entwickelte.

Umsatzentwicklung Konzern¹

in Mio Euro	3. Q/2022	1-9/2022
Umsatz	5.976	16.889
Veränderung zum Vorjahr	17,3%	12,5%
Wechselkurseffekte ²	6,6%	3,9%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	10,7%	8,6%
Akquisitionen/Divestments ³	-0,6%	-1,1%
Organisch	11,3%	9,7%
Davon Preis	14,7%	11,6%
Davon Menge	-3,4%	-1,9%

¹ Alle Werte sind jeweils für sich kaufmännisch gerundet; bei der Addition der Werte kann es daher zu Abweichungen von den angegebenen Summen kommen.

² Inklusive der Effekte aus der Anwendung von IAS 29 (Rechnungslegung in Hochinflationländern) für die Türkei.

³ Inklusive der Effekte aus der angekündigten Einstellung der Geschäftsaktivitäten in Russland und Belarus.

Im **dritten Quartal** erreichten die **Wachstumsregionen** eine zweistellige organische Umsatzsteigerung von +18,6 Prozent. Die **reifen Märkte** verzeichneten ein organisches Umsatzwachstum von +5,6 Prozent. In der Region Osteuropa steigerten wir den Umsatz um +25,2 Prozent. In der Region Afrika/Nahost erzielten wir im dritten Quartal 2022 ein organisches Umsatzwachstum von +13,2 Prozent. In der Region Lateinamerika erhöhte sich der Umsatz um +22,5 Prozent. Die organische Umsatzentwicklung in der Region Asien/Pazifik betrug +13,0 Prozent. In der Region Westeuropa verzeichneten wir ein starkes organisches Umsatzwachstum von +3,9 Prozent. Die Region Nordamerika erreichte ein deutliches organisches Umsatzplus von +7,1 Prozent.

Umsatzentwicklung nach Regionen¹

in Mio Euro	West-europa	Ost-europa	Afrika/ Nahost	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz² Juli–September 2022	1.533	1.001	344	1.548	413	1.071	65	5.976
Umsatz ² Juli–September 2021	1.491	842	299	1.264	306	856	35	5.092
Veränderung gegenüber Vorjahresquartal	2,9%	18,9%	15,2%	22,5%	34,9%	25,2%	–	17,3%
Organisch	3,9%	25,2%	13,2%	7,1%	22,5%	13,0%	–	11,3%
Anteil am Konzernumsatz 2022	26%	17%	6%	26%	7%	18%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz 2021	29%	17%	6%	25%	6%	17%	1%	100%

¹ Alle Werte sind jeweils für sich kaufmännisch gerundet; bei der Addition der Werte kann es daher zu Abweichungen von den angegebenen Summen kommen.

² Nach Sitz der Gesellschaft.

In den **ersten neun Monaten 2022** lag das organische Umsatzwachstum der **Wachstumsregionen** bei +14,8 Prozent, während sich der Umsatz in den **reifen Märkten** um +5,5 Prozent erhöhte.

Umsatzentwicklung nach Regionen¹

in Mio Euro	West-europa	Ost-europa	Afrika/ Nahost	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz² Januar–September 2022	4.593	2.668	976	4.421	1.146	2.910	175	16.889
Umsatz ² Januar–September 2021	4.520	2.362	919	3.737	888	2.498	96	15.019
Veränderung gegenüber Vorjahr	1,6%	12,9%	6,3%	18,3%	29,0%	16,5%	–	12,5%
Organisch	2,7%	23,8%	6,5%	8,5%	18,8%	8,5%	–	9,7%
Anteil am Konzernumsatz 2022	27%	16%	6%	26%	7%	17%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz 2021	30%	16%	6%	25%	6%	17%	1%	100%

¹ Alle Werte sind jeweils für sich kaufmännisch gerundet; bei der Addition der Werte kann es daher zu Abweichungen von den angegebenen Summen kommen.

² Nach Sitz der Gesellschaft.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

Der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies stieg im **dritten Quartal 2022 nominal** um +22,6 Prozent auf 2.995 Mio Euro. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um +16,8 Prozent. Dabei steigerten wir die Preise zweistellig, das Volumen entwickelte sich leicht positiv. Akquisitionen/Divestments reduzierten den Umsatz um -1,9 Prozent, während sich Wechselkurseffekte mit +7,7 Prozent positiv auswirkten.

In den **ersten neun Monaten 2022** stieg der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies **nominal** um +17,6 Prozent auf 8.462 Mio Euro. **Organisch** erreichten wir eine Umsatzsteigerung von +13,7 Prozent. Dabei verzeichneten alle Regionen und Geschäftsfelder eine anhaltend starke Preisentwicklung.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies¹

in Mio Euro	3. Q/2022	1-9/2022
Umsatz	2.995	8.462
Anteil am Konzernumsatz	50%	50%
Veränderung zum Vorjahr	22,6%	17,6%
Wechselkurseffekte ²	7,7%	5,0%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	14,9%	12,6%
Akquisitionen/Divestments ³	-1,9%	-1,1%
Organisch	16,8%	13,7%
Davon Preis	15,8%	13,2%
Davon Menge	1,0%	0,5%

¹ Alle Werte sind jeweils für sich kaufmännisch gerundet; bei der Addition der Werte kann es daher zu Abweichungen von den angegebenen Summen kommen.

² Inklusive der Effekte aus der Anwendung von IAS 29 (Rechnungslegung in Hochinflationländern) für die Türkei.

³ Inclusive der Effekte aus der angekündigten Einstellung der Geschäftsaktivitäten in Russland und Belarus.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erreichte im **dritten Quartal** ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum, das von allen Geschäftsfeldern getragen wurde. Im Geschäftsfeld **Automobil & Metall** lag der Umsatz organisch zweistellig über dem Vorjahreswert. Hierbei wirkte sich der globale Halbleitermangel im Automobilbereich weniger stark auf die Geschäftsentwicklung aus als in den Vorquartalen. Das Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** setzte die hohe Wachstumsdynamik fort und erreichte ebenfalls ein zweistelliges Umsatzwachstum in allen Geschäftsbereichen. Der Geschäftsbereich Konsumgüter verzeichnete dabei den stärksten Anstieg. Das Geschäftsfeld **Elektronik & Industrie** erreichte ein deutliches organisches Umsatzwachstum, insbesondere getrieben durch ein zweistelliges Wachstum im Geschäftsbereich Industrie. Im Geschäftsfeld **Handwerk, Bau & Gewerbe** wuchs der Umsatz organisch deutlich gegenüber dem dritten Quartal des Vorjahres. Dabei erzielten die Geschäftsbereiche Maschinenbau & Instandhaltung sowie Konsumenten & Handwerker ein zweistelliges beziehungsweise deutliches Wachstum, während der Geschäftsbereich Bau ein positives organisches Wachstum verzeichnete.

Aus regionaler Sicht lag der Umsatz von Adhesive Technologies in den **Wachstumsmärkten** zweistellig über dem dritten Quartal des Vorjahres, getragen durch zweistelliges Wachstum in allen Regionen. Hierzu trugen insbesondere die Geschäftsfelder Verpackungen & Konsumgüter und Automobil & Metall bei.

Die **reifen Märkte** erreichten in allen Regionen ebenfalls ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum. In den Regionen Nordamerika und Westeuropa erreichte das Geschäftsfeld Automobil & Metall das stärkste Wachstum. In den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik wurde das zweistellige Wachstum insbesondere von den Geschäftsfeldern Elektronik & Industrie und Verpackungen & Konsumgüter getragen.

Umsatzentwicklung Beauty Care

Im **dritten Quartal 2022** stieg der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Beauty Care **nominal** um +8,4 Prozent auf 1.013 Mio Euro. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – lag der Umsatz +0,9 Prozent über dem Vorjahresniveau. Während das Volumen rückläufig war, verzeichnete der Unternehmensbereich eine zweistellige Preisentwicklung. Wechselkurseffekte steigerten den Umsatz um +5,9 Prozent, die Effekte aus Akquisitionen/Divestments erhöhten ihn um +1,6 Prozent.

In den **ersten neun Monaten 2022** lag der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Beauty Care mit 2.855 Mio Euro **nominal** +2,9 Prozent über dem Niveau des Vorjahreszeitraums. **Organisch** stieg der Umsatz preisgetrieben um +0,6 Prozent.

Umsatzentwicklung Beauty Care¹

in Mio Euro	3. Q/2022	1–9/2022
Umsatz	1.013	2.855
Anteil am Konzernumsatz	17%	17%
Veränderung zum Vorjahr	8,4%	2,9%
Wechselkurseffekte ²	5,9%	3,6%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	2,5%	-0,7%
Akquisitionen/Divestments ³	1,6%	-1,3%
Organisch	0,9%	0,6%
Davon Preis	11,7%	8,0%
Davon Menge	-10,8%	-7,5%

¹ Alle Werte sind jeweils für sich kaufmännisch gerundet; bei der Addition der Werte kann es daher zu Abweichungen von den angegebenen Summen kommen.

² Inklusiv der Effekte aus der Anwendung von IAS 29 (Rechnungslegung in Hochinflationländern) für die Türkei.

³ Inklusiv der Effekte aus der angekündigten Einstellung der Geschäftsaktivitäten in Russland und Belarus.

Im **Konsumentengeschäft** verzeichneten wir im **dritten Quartal 2022** eine positive organische Umsatzentwicklung – getrieben durch eine zweistellige Preisentwicklung. Diese konnte die rückläufige Volumenentwicklung, die aus der Umsetzung der angekündigten Portfoliomaßnahmen sowie den Nachfrage-Elastizitäten resultiert, überkompensieren. Die Kategorie Haarkosmetik zeigte insgesamt eine sehr starke organische Umsatzentwicklung, zu der alle Bereiche beitrugen. Der Bereich Styling erzielte ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum und konnte somit die über die vergangenen Quartale verzeichnete Erholung nach dem zuvor pandemiebedingten Rückgang fortsetzen. Die Bereiche Haarcolorationen und Haarpflege erreichten jeweils eine starke organische Umsatzentwicklung, insbesondere getrieben durch die Wachstumsmärkte. Die rückläufige Entwicklung in der Kategorie Körperpflege war insbesondere durch die angekündigten Maßnahmen zur Portfoliooptimierung bedingt.

Das **Friseurgeschäft** konnte im dritten Quartal an die sehr positive Entwicklung aus dem ersten Halbjahr anknüpfen und zeigte ein gutes organisches Umsatzwachstum, insbesondere getrieben durch einen zweistelligen Anstieg in den Wachstumsmärkten.

Der Umsatz der **Wachstumsmärkte** wuchs im dritten Quartal deutlich. Diese Entwicklung wurde durch alle Regionen – mit Ausnahme der Region Afrika/Nahost – gestützt. Dabei verzeichneten die Regionen Asien (ohne Japan), Lateinamerika und Osteuropa jeweils ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum.

Die organische Umsatzentwicklung in den **reifen Märkten** lag insgesamt unter Vorjahresniveau, insbesondere aufgrund einer rückläufigen Entwicklung in den Regionen Westeuropa und Nordamerika. Die reifen Märkte der Region Asien/Pazifik verzeichneten hingegen einen deutlichen Umsatzanstieg.

Umsatzentwicklung Laundry & Home Care

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care erreichte im **dritten Quartal 2022** einen **Umsatz** von 1.902 Mio Euro, der damit **nominal** +13,2 Prozent über dem Niveau des Vorjahresquartals lag. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erzielte der Unternehmensbereich eine deutliche Umsatzsteigerung von +7,3 Prozent. Das Wachstum war vor allem durch einen zweistelligen Preisanstieg getrieben, während sich das Volumen rückläufig entwickelte. Wechselkurseffekte steigerten den Umsatz um +5,5 Prozent. Akquisitionen/Divestments wirkten sich mit +0,4 Prozent positiv auf den Umsatz aus.

In den **ersten neun Monaten 2022** stieg der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care **nominal** um +8,9 Prozent auf 5.396 Mio Euro. **Organisch** erreichten wir preisgetrieben eine deutliche Umsatzsteigerung von +7,4 Prozent.

Umsatzentwicklung Laundry & Home Care¹

in Mio Euro	3. Q/2022	1-9/2022
Umsatz	1.902	5.396
Anteil am Konzernumsatz	32%	32%
Veränderung zum Vorjahr	13,2%	8,9%
Wechselkurseffekte ²	5,5%	2,4%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	7,7%	6,5%
Akquisitionen/Divestments ³	0,4%	-0,9%
Organisch	7,3%	7,4%
Davon Preis	14,8%	11,4%
Davon Menge	-7,5%	-4,0%

¹ Alle Werte sind jeweils für sich kaufmännisch gerundet; bei der Addition der Werte kann es daher zu Abweichungen von den angegebenen Summen kommen.

² Inklusive der Effekte aus der Anwendung von IAS 29 (Rechnungslegung in Hochinflationländern) für die Türkei.

³ Inklusive der Effekte aus der angekündigten Einstellung der Geschäftsaktivitäten in Russland und Belarus.

Das Geschäftsfeld **Waschmittel (Laundry Care)** verzeichnete im **dritten Quartal 2022** ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum, wesentlich getragen durch einen zweistelligen Anstieg in den Kategorien Vollwaschmittel sowie Spezialwaschmittel. Hierbei erzielten unsere Kernmarken Persil, all und Perwoll jeweils ein zweistelliges Wachstum.

Im Geschäftsfeld **Reinigungsmittel (Home Care)** erzielten wir im dritten Quartal eine stabile organische Umsatzentwicklung, insbesondere unterstützt durch die fortgesetzt starke Entwicklung in der Kategorie Geschirrspülmittel mit unseren Markenfamilien Pril und Somat. Demgegenüber verzeichneten die Kategorien Oberflächenreiniger und WC-Reiniger eine rückläufige Entwicklung. Hier wirkte sich eine Normalisierung der Nachfrage nach Hygieneartikeln aus, die im Vorjahreszeitraum infolge der COVID-19-Pandemie noch erhöht gewesen war.

In den **Wachstumsmärkten** erzielten wir im dritten Quartal eine zweistellige organische Umsatzsteigerung. Die Regionen Osteuropa, Afrika/Nahost und Lateinamerika trugen jeweils mit einem zweistelligen organischen Wachstum dazu bei.

Die **reifen Märkte** zeigten ein insgesamt gutes organisches Umsatzwachstum im dritten Quartal. Die Region Nordamerika erreichte ein gutes organisches Wachstum, während Westeuropa eine stabile Umsatzentwicklung verzeichnete. Die reifen Märkte der Region Asien/Pazifik zeigten ein deutliches Wachstum.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 30. Juni 2022.

Ausblick des Henkel-Konzerns

Ausgehend von der Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2022 und den Annahmen zum Geschäftsverlauf im verbleibenden Quartal hat der Vorstand der Henkel AG & Co. KGaA entschieden, die Prognose für das Geschäftsjahr 2022 anzuheben.

Für den **Henkel-Konzern** erwarten wir im Geschäftsjahr 2022 nun ein **organisches Umsatzwachstum** von +7,0 bis +8,0 Prozent (vorher: +5,5 bis +7,5 Prozent).

Für den Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** gehen wir nun von einem organischen Umsatzwachstum in der Bandbreite von +11,0 bis +12,0 Prozent aus (vorher: +10,0 bis +12,0 Prozent). Für den Unternehmensbereich **Beauty Care** wird nun eine organische Umsatzentwicklung von -1,0 bis 0,0 Prozent erwartet (vorher: -3,0 bis -1,0 Prozent). Dabei ist die Entwicklung weiterhin im Wesentlichen durch die Umsetzung der bereits angekündigten Portfoliomaßnahmen bedingt. Für **Laundry & Home Care** gehen wir nun von einem organischen Umsatzwachstum in der Bandbreite von +5,5 bis +6,5 Prozent aus (vorher: +4,0 bis +6,0 Prozent).

Für den **Henkel-Konzern** wird nun von einer **bereinigten Umsatzrendite (EBIT-Marge)** in der Bandbreite von 10,0 bis 11,0 Prozent ausgegangen (vorher: 9,0 bis 11,0 Prozent). Dabei erwarten wir für den Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** nun eine bereinigte Umsatzrendite in der Bandbreite von 13,5 bis 14,5 Prozent (vorher: 13,0 bis 15,0 Prozent), für den Bereich **Beauty Care** eine bereinigte Umsatzrendite in der Bandbreite von 7,5 bis 8,5 Prozent (vorher: 5,0 bis 7,0 Prozent) und für den Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** eine bereinigte Umsatzrendite zwischen 8,0 und 9,0 Prozent (vorher: 7,0 und 9,0 Prozent).

Für das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)** bei konstanten Wechselkursen wird nun ein Rückgang in der Bandbreite von -25 bis -15 Prozent erwartet (vorher: -35 bis -15 Prozent).

Darüber hinaus haben wir für 2022 die folgenden Erwartungen:

- Restrukturierungsaufwendungen zwischen 450 und 500 Mio Euro (unverändert)
- Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte in Höhe von rund 650 Mio Euro (vorher: rund 700 Mio Euro)

Die Prognose beruht weiterhin auf der Annahme, dass es keine neuen pandemiebedingten weitreichenden Geschäfts- und Produktionsschließungen in Industrie und Handel geben wird und sich die Auswirkungen des Krieges in der Ukraine nicht wesentlich verschärfen werden. Zudem liegt der Prognose die Annahme zugrunde, dass es zu keinen Produktionsabstellungen in der Industrie aufgrund einer Gasmangellage in Europa kommen wird.

Über Henkel

Henkel verfügt weltweit über ein ausgewogenes und diversifiziertes Portfolio. Mit starken Marken, Innovationen und Technologien hält das Unternehmen mit seinen drei Unternehmensbereichen führende Marktpositionen – sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft: So ist Henkel Adhesive Technologies globaler Marktführer im Klebstoffbereich. Auch mit den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care ist das Unternehmen in vielen Märkten und Kategorien führend. Henkel wurde 1876 gegründet und blickt auf eine über 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 20 Mrd Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,7 Mrd Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 52.000 Mitarbeiter:innen, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen gemeinsamen Unternehmenszweck und gemeinsame Werte. Die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit wird durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.henkel.de.

Dieses Dokument enthält Aussagen, die sich auf unseren künftigen Geschäftsverlauf und künftige finanzielle Leistungen sowie auf künftige Henkel betreffende Vorgänge oder Entwicklungen beziehen und zukunftsgerichtete Aussagen darstellen können. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Solche Aussagen beruhen auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel AG & Co. KGaA. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der Henkel AG & Co. KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher (sowohl negativ als auch positiv) wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, zum Beispiel das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung.

Dieses Dokument enthält – in einschlägigen Rechnungslegungsrahmen nicht genau bestimmte – ergänzende Finanzkennzahlen, die sogenannte alternative Leistungskennzahlen sind oder sein können. Für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von Henkel sollten diese ergänzenden Finanzkennzahlen nicht isoliert oder als Alternative zu den im Konzernabschluss dargestellten und im Einklang mit einschlägigen Rechnungslegungsrahmen ermittelten Finanzkennzahlen herangezogen werden. Andere Unternehmen, die alternative Leistungskennzahlen mit einer ähnlichen Bezeichnung darstellen oder berichten, können diese anders berechnen.

Dieses Dokument wurde nur zu Informationszwecken erstellt und stellt somit weder eine Anlageberatung noch ein Angebot zum Verkauf oder eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren irgendwelcher Art dar.

Finanzkalender

Veröffentlichung des Berichts über das Geschäftsjahr 2022:

Dienstag, 7. März 2023

Hauptversammlung der Henkel AG & Co. KGaA 2023:

Montag, 24. April 2023

Veröffentlichung der Quartalsmitteilung Q1 2023:

Donnerstag, 4. Mai 2023

Kontakt

Investoren & Analysten

Leslie Iltgen

Tel.: +49 211 797-1631

E-Mail: leslie.iltgen@henkel.com

Jennifer Ott

Tel.: +49 211 797-2756

E-Mail: jennifer.ott@henkel.com

Dr. Dennis Starke

Tel.: +49 211 797-5601

E-Mail: dennis.starke@henkel.com

Presse & Medien

Lars Witteck

Tel.: +49 211 797-2606

E-Mail: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Tel.: +49 211 797-1875

E-Mail: wulf.klueppelholz@henkel.com

Hanna Philipps

Tel.: +49 211 797-3626

E-Mail: hanna.philipps@henkel.com

Weitere Informationen mit Download-Material sowie den Link zur Übertragung der Telefonkonferenz finden Sie unter:

www.henkel.de/presse

www.henkel.de/ir