

Quartalsmitteilung Q1 2021

Januar–März

Jahresprognose für 2021 angehoben: höherer Umsatz- und Ergebniszuwachs erwartet

Henkel mit starkem Start ins Geschäftsjahr 2021

- **Konzernumsatz legt organisch deutlich um +7,7 Prozent auf rund 5 Mrd Euro zu, nominal +0,8 Prozent, beeinträchtigt durch negative Wechselkurseffekte**
- **Alle Unternehmensbereiche mit organischem Umsatzwachstum:**
 - **Adhesive Technologies mit zweistelligem organischem Umsatzwachstum von +13,0 Prozent, nominal +6,7 Prozent**
 - **Beauty Care verzeichnet gutes organisches Umsatzwachstum von +2,3 Prozent, nominal -1,1 Prozent**
 - **Laundry & Home Care erzielt sehr starke organische Umsatzsteigerung von +4,1 Prozent, nominal -5,6 Prozent**
- **Wachstumsregionen mit zweistelligem organischem Umsatzwachstum von +18,5 Prozent, die reifen Märkte wachsen um +0,5 Prozent**
- **Henkel hebt Jahresprognose für das Geschäftsjahr 2021 an:**
 - **Organisches Umsatzwachstum: +4,0 bis +6,0 Prozent**
 - **EBIT-Marge^{*}: 14,0 bis 15,0 Prozent**
 - **Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)^{*}: Anstieg im hohen einstelligen bis mittleren Zehn-Prozent-Bereich, bei konstanten Wechselkursen**

Düsseldorf, 6. Mai 2021 – Henkel ist insgesamt sehr gut in das Geschäftsjahr 2021 gestartet und hat im **ersten Quartal** ein deutliches organisches Umsatzwachstum von +7,7 Prozent erzielt – trotz der Auswirkungen der Corona-Krise, die weltweit weiterhin das gesellschaftliche und wirtschaftliche Umfeld in vielen Märkten belasteten. Der **Konzernumsatz** erreichte rund 5 Mrd Euro, das entspricht einem nominalen Zuwachs von +0,8 Prozent, deutlich beeinträchtigt durch Belastungen aus Währungskursveränderungen.

„Wir haben im ersten Quartal eine sehr gute Geschäftsentwicklung erzielt. Dazu haben alle Unternehmensbereiche beigetragen. Angesichts einer stärker als ursprünglich erwarteten Erholung der industriellen Nachfrage blicken wir trotz der weiterhin bestehenden Unsicherheiten in unseren Märkten zuversichtlich auf den weiteren Verlauf des Jahres. Nach dem starken

^{*} Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Start in das Jahr haben wir unsere Umsatz- und Ergebniserwartungen heute angehoben“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel.

„Das deutliche Umsatzwachstum im ersten Quartal war vor allem durch den Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** getragen, der über alle Geschäftsfelder und Regionen hinweg eine spürbare Erholung verzeichnete und den Umsatz organisch zweistellig steigern konnte. Aber auch in unseren Konsumentengeschäften **Beauty Care** und **Laundry & Home Care** erzielten wir organische Umsatzzuwächse. In regionaler Hinsicht wurde die sehr gute Umsatzentwicklung im ersten Quartal maßgeblich von den Wachstumsregionen getrieben. Hier zeigten alle Regionen zweistellige organische Wachstumsraten“, führte Knobel weiter aus. „Die Entwicklung von Henkel im ersten Quartal ist ein Beleg für unser robustes, diversifiziertes Portfolio mit erfolgreichen Marken und innovativen Technologien für unsere Kunden im Industrie- und in den Konsumgütergeschäften. Gleichzeitig ist die insgesamt sehr gute Entwicklung im ersten Quartal das Ergebnis unseres starken globalen Teams, das in dieser besonderen und für uns alle herausfordernden Zeit mit großem Engagement zum langfristigen Erfolg von Henkel beiträgt“, so Carsten Knobel weiter.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** konnte über alle Geschäftsfelder und Regionen hinweg eine deutliche Erholung der Nachfrage verzeichnen und erzielte insgesamt ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum von +13,0 Prozent.

Der Bereich **Beauty Care**, der im ersten Quartal vor allem durch pandemiebedingte Markteffekte beeinträchtigt war, erreichte eine gute organische Umsatzentwicklung von +2,3 Prozent. Das Konsumentengeschäft des Bereichs verzeichnete eine positive Entwicklung gegenüber dem Vergleichsquartal des Vorjahres. Auch das Friseurgeschäft konnte den Umsatz organisch steigern, trotz fortgesetzter Belastungen aus behördlich angeordneten Schließungen von Friseursalons in vielen Ländern. Hierbei wirkte sich insbesondere die relativ niedrige Vergleichsbasis des Vorjahresquartals aus, das bereits stark negativ durch die COVID-19-Pandemie beeinflusst war.

Obwohl sich die Entwicklung in für **Laundry & Home Care** wesentlichen reifen Märkten im ersten Quartal zu verlangsamen begann, konnte der Unternehmensbereich ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum von +4,1 Prozent erzielen und so seine erfolgreiche Entwicklung fortsetzen. Einen jeweils zweistelligen Anstieg erreichten dabei das Geschäftsfeld Reinigungsmittel sowie die Wachstumsregionen.

Mit Blick auf den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2021 sagte Knobel: „Nach dem starken Start in das Jahr haben wir die **Prognose** angehoben und erwarten für das Gesamtjahr einen stärkeren Zuwachs, sowohl beim Umsatz als auch beim Ergebnis. Henkel geht nun auf Konzernebene von einem organischen Umsatzwachstum von +4,0 bis +6,0 Prozent und einer bereinigten Umsatzrendite (EBIT-Marge) in der Bandbreite von 14,0 bis 15,0 Prozent aus. Für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) bei konstanten Wechselkursen erwartet Henkel jetzt einen Anstieg im hohen einstelligen bis mittleren Zehn-Prozent-Bereich.“

„Dennoch bleibt die Unsicherheit darüber hoch, wie sich die Pandemie und ihr Einfluss auf Konsum und Industrie weiterentwickeln werden. Wir werden uns auch weiterhin flexibel und schnell an Veränderungen in unseren Märkten anpassen. Gleichzeitig treiben wir die Umsetzung unserer Wachstumsagenda konsequent voran. Unser Fokus liegt dabei auf zwei Bereichen: Erstens wollen wir unsere Wettbewerbsvorteile ausbauen, indem wir Innovation,

Nachhaltigkeit und Digitalisierung weiter stärken. Zweitens wollen wir unsere Unternehmenskultur weiter fördern. Mit unserem strategischen Rahmen für ganzheitliches Wachstum und unserem starken globalen Team sind wir sehr gut aufgestellt, um aus der Krise gestärkt hervorzugehen und unsere Zukunft erfolgreich zu gestalten.“

Umsatzentwicklung Konzern

Der **Konzernumsatz** stieg im **ersten Quartal 2021 nominal** um +0,8 Prozent von 4.927 Mio Euro im ersten Quartal 2020 auf 4.968 Mio Euro. **Organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um +7,7 Prozent. Auf Konzernebene war der Anstieg vor allem volumengetrieben. Akquisitionen und Divestments erhöhten den Umsatz um +0,6 Prozent. Wechselkurseffekte wirkten sich mit -7,5 Prozent stark negativ auf die Umsatzentwicklung aus.

Umsatzentwicklung Konzern¹

in Mio Euro	Q1/2021
Umsatz	4.968
Veränderung zum Vorjahr	0,8%
Wechselkurseffekte	-7,5%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	8,3%
Akquisitionen/Divestments	0,6%
Organisch	7,7%
Davon Preis	1,7%
Davon Menge	6,0%

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

Im **ersten Quartal** erreichten die **Wachstumsregionen** eine organische Umsatzsteigerung von +18,5 Prozent. Unser Umsatz in den **reifen Märkten** hat sich organisch mit +0,5 Prozent positiv entwickelt. Die Region Westeuropa lag mit einer organischen Umsatzentwicklung von +0,9 Prozent über dem Vorjahr. In der Region Osteuropa steigerten wir den Umsatz um +11,7 Prozent. Das organische Umsatzwachstum in der Region Afrika/Nahost lag im ersten Quartal 2021 bei +21,7 Prozent. Organisch war die Umsatzentwicklung in der Region Nordamerika stabil, während wir in der Region Lateinamerika den Umsatz organisch um +10,7 Prozent steigern konnten. Das organische Umsatzwachstum in der Region Asien/Pazifik war mit +24,4 Prozent zweistellig.

Umsatzentwicklung nach Regionen¹

in Mio Euro	West-europa	Ost-europa	Afrika/Nahost	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz² Januar–März 2021	1.528	742	319	1.234	280	837	30	4.968
Umsatz ² Januar–März 2020	1.500	758	349	1.302	292	697	29	4.927
Veränderung gegenüber Vorjahresquartal	1,9%	-2,1%	-8,7%	-5,3%	-4,4%	20,1%	–	0,8%
Organisch	0,9%	11,7%	21,7%	0,0%	10,7%	24,4%	–	7,7%
Anteil am Konzernumsatz 2021	31%	15%	6%	25%	6%	17%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz 2020	30%	15%	7%	26%	6%	14%	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 **ersten Quartal 2021 nominal** um +6,7 Prozent von 2.209 Mio Euro im Vorjahresquartal auf 2.358 Mio Euro. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um +13,0 Prozent. Die Entwicklung im ersten Quartal war durch die fortschreitende deutliche Erholung der Industrieproduktion getrieben. Das Volumen wuchs zweistellig, während sich die Preise leicht positiv entwickelten. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um -6,7 Prozent, während Akquisitionen/Divestments den Umsatz um +0,5 Prozent erhöhten.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies¹

in Mio Euro	Q1/2021
Umsatz	2.358
Anteil am Konzernumsatz	47%
Veränderung zum Vorjahr	6,7%
Wechselkurseffekte	-6,7%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	13,5%
Akquisitionen/Divestments	0,5%
Organisch	13,0%
Davon Preis	0,8%
Davon Menge	12,2%

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

Alle Geschäftsfelder des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies verzeichneten im **ersten Quartal** eine fortgesetzte deutliche Erholung gegenüber dem Vorjahresquartal, das bereits durch die COVID-19-Pandemie beeinflusst war. Das Geschäftsfeld **Automobil & Metall** erreichte vor allem aufgrund eines starken Anstiegs der globalen Automobilproduktion ein organisches Umsatzwachstum im zweistelligen Prozentbereich. Im Geschäftsfeld **Elektronik & Industrie** wurde das ebenfalls zweistellige organische Wachstum insbesondere durch die Entwicklung im Geschäftsbereich Elektronik getrieben, aber auch der Geschäftsbereich Industrie verzeichnete einen sehr starken Anstieg. Das Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** erzielte im ersten Quartal eine deutliche organische Umsatzsteigerung, unterstützt durch eine zweistellige Entwicklung in den Bereichen Verpackungen und Lifestyle. Auch das Geschäftsfeld **Handwerk, Bau & Gewerbe** wuchs organisch zweistellig, vor allem getrieben durch den Konsumenten- und Handwerkerbereich sowie den Bereich Maschinenbau & Instandhaltung.

Aus regionaler Sicht erzielte Adhesive Technologies in den **Wachstumsmärkten** ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum. Alle Regionen innerhalb der Wachstumsmärkte trugen über alle Geschäftsfelder hinweg zu dieser Entwicklung bei.

Die **reifen Märkte** zeigten insgesamt eine sehr starke organische Umsatzentwicklung. Die Region Nordamerika verzeichnete dabei ein sehr starkes Wachstum, getrieben von einem zweistelligen organischen Umsatzanstieg im Geschäftsfeld Handwerk, Bau & Gewerbe sowie einem sehr starken Umsatzwachstum im Geschäftsfeld Elektronik & Industrie. Die Region Westeuropa verzeichnete ein starkes organisches Umsatzwachstum aufgrund eines zweistelligen beziehungsweise sehr starken Anstiegs in den Geschäftsfeldern Handwerk, Bau & Gewerbe sowie Automobil & Metall.

Umsatzentwicklung Beauty Care

Im **ersten Quartal 2021** war der Umsatz des Unternehmensbereichs Beauty Care **nominal** mit -1,1 Prozent leicht rückläufig und betrug 925 Mio Euro (erstes Quartal 2020: 935 Mio Euro). **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um +2,3 Prozent. Die Entwicklung war dabei sowohl volumen- als auch preisgetrieben. Wechselkurseffekte minderten den Umsatz um -5,4 Prozent. Akquisitionen/Divestments trugen mit +2,0 Prozent zur Umsatzentwicklung bei.

Umsatzentwicklung Beauty Care¹

in Mio Euro	Q1/2021
Umsatz	925
Anteil am Konzernumsatz	19%
Veränderung zum Vorjahr	-1,1%
Wechselkurseffekte	-5,4%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	4,3%
Akquisitionen/Divestments	2,0%
Organisch	2,3%
Davon Preis	1,0%
Davon Menge	1,3%

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

Das **Konsumentengeschäft** erzielte gegenüber dem Vorjahresquartal eine positive organische Umsatzentwicklung. Dabei konnte die Kategorie Haarkosmetik den positiven Trend aus dem Schlussquartal des Vorjahres mit einer sehr starken Entwicklung im **ersten Quartal** fortsetzen. Hierbei wuchs der Bereich Haarcolorationen zweistellig und auch der Bereich Haarpflege verzeichnete eine sehr starke Entwicklung. Der Bereich Styling entwickelte sich infolge einer pandemiebedingt schwächeren Konsumentennachfrage unter Vorjahr. Die Kategorie Körperpflege lag – nach einem starken Wachstum im ersten Quartal 2020 – organisch ebenfalls unter dem Vorjahresquartal. Hier wirkte sich insbesondere eine rückläufige Nachfrageentwicklung in wichtigen Märkten aus.

Trotz fortgesetzter Belastungen aus behördlich angeordneten Schließungen von Friseursalons in vielen Ländern erzielte das **Friseurgeschäft** im ersten Quartal 2021 ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum. Dies war vor allem getrieben durch einen deutlichen Anstieg in unserem Kernmarkt Nordamerika sowie bedingt durch eine relativ niedrige Vergleichsbasis, da das Vorjahresquartal bereits stark negativ durch die COVID-19-Pandemie beeinflusst war. Die Regionen Lateinamerika und Asien (ohne Japan) wuchsen im zweistelligen Prozentbereich und auch die Region Afrika/Nahost zeigte ein deutliches Wachstum. Demgegenüber lagen die Regionen West- und Osteuropa unter Vorjahr, im Wesentlichen bedingt durch fortgesetzte pandemiebedingte Schließungen von Friseursalons.

Aus regionaler Sicht wuchs der Unternehmensbereich Beauty Care in den **Wachstumsmärkten** organisch im zweistelligen Prozentbereich, getragen durch sehr starke Entwicklungen sowohl im Konsumenten- als auch im Friseurgeschäft. Hierzu trug insbesondere die Region Asien (ohne Japan) und vor allem unser Geschäft in China mit einem prozentual zweistelligen

Wachstum bei. Darüber hinaus erzielte auch die Region Lateinamerika eine zweistellige Umsatzsteigerung, Osteuropa erreichte ein sehr starkes Umsatzwachstum. Die Region Afrika/Nahost entwickelte sich hingegen rückläufig.

Die **reifen Märkte** verzeichneten eine insgesamt rückläufige organische Umsatzentwicklung. Hier erzielten die Region Nordamerika – aufgrund des Anstiegs im Friseurgeschäft – und die reifen Märkte der Region Asien/Pazifik ein gutes beziehungsweise sehr starkes organisches Umsatzwachstum. Die Region Westeuropa lag hingegen in einem weiterhin herausfordernden Marktumfeld, das unter anderem durch anhaltende Einschränkungen aufgrund der COVID-19-Pandemie geprägt war, unter Vorjahr.

Umsatzentwicklung Laundry & Home Care

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care erreichte im **ersten Quartal 2021** einen Umsatz von 1.656 Mio Euro, der damit **nominal** -5,6 Prozent unter dem Niveau des Vorjahresquartals von 1.755 Mio Euro lag. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erzielte der Unternehmensbereich eine sehr starke Umsatzsteigerung von +4,1 Prozent. Das Wachstum war überwiegend preisgetrieben, bei gleichzeitig positivem Volumenanstieg. Wechselkurseffekte minderten den Umsatz deutlich um -9,6 Prozent. Akquisitionen/Divestments hatten keinen wesentlichen Einfluss auf die Umsatzentwicklung.

Umsatzentwicklung Laundry & Home Care¹

in Mio Euro	Q1/2021
Umsatz	1.656
Anteil am Konzernumsatz	33%
Veränderung zum Vorjahr	-5,6%
Wechselkurseffekte	-9,6%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	4,0%
Akquisitionen/Divestments	0,0%
Organisch	4,1%
Davon Preis	3,1%
Davon Menge	0,9%

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

Das Geschäftsfeld **Waschmittel (Laundry Care)** verzeichnete im **ersten Quartal** ein positives organisches Umsatzwachstum, zu dem die Kategorien Spezialwaschmittel und Wäschezusätze mit einer guten beziehungsweise sehr starken Entwicklung beitrugen. Unsere Kernmarke **Persil** erzielte unter anderem aufgrund unserer fortgesetzten Innovationsoffensive erneut ein zweistelliges organisches Wachstum.

Im Geschäftsfeld **Reinigungsmittel (Home Care)** erreichten wir ein prozentual zweistelliges organisches Umsatzwachstum. Wesentlich für die starke Entwicklung des Geschäftsfelds waren jeweils zweistellige Zuwächse in unseren Markenfamilien **Pril**, **Bref** und **Somat** in den Kategorien Geschirrspülmittel, WC- sowie Oberflächen-Reiniger. Diese Entwicklung wurde durch eine

pandemiebedingt erhöhte Nachfrage nach Reinigungsmitteln sowie unsere erfolgreichen Produktinnovationen unterstützt.

Mit einer prozentual zweistelligen organischen Umsatzsteigerung waren die **Wachstumsmärkte** Haupttreiber des sehr starken Umsatzwachstums des Unternehmensbereichs. Henkel erzielte sowohl in der Region Afrika/Nahost als auch in Asien (ohne Japan) eine prozentual zweistellige Umsatzsteigerung. Osteuropa verzeichnete ein deutliches organisches Umsatzwachstum, während sich Lateinamerika rückläufig entwickelte.

Die **reifen Märkte** entwickelten sich insgesamt rückläufig. Während sich der Umsatz in Westeuropa gut entwickelte und die reifen Märkte der Region Asien/Pazifik ein positives organisches Wachstum verzeichneten, lag die Region Nordamerika unter dem Vorjahresquartal. Dort war unser Geschäft unter anderem durch Beschaffungsengpässe sowie durch eine im Vergleich zum Vorjahr nachlassende Marktdynamik beeinträchtigt.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 31. Dezember 2020.

Ausblick des Henkel-Konzerns

Unter Berücksichtigung der Geschäftsentwicklung in den ersten drei Monaten 2021 und der Annahmen zum Geschäftsverlauf in den verbleibenden drei Quartalen hat der Vorstand der Henkel AG & Co. KGaA entschieden, die Prognose für das Geschäftsjahr 2021 anzuheben.

Gegenüber der bedingt durch die COVID-19-Pandemie im Jahr 2020 stark rückläufigen Weltwirtschaft wird für das Jahr 2021 nach aktueller Einschätzung von einer deutlichen Belebung der industriellen Nachfrage sowie einer sich im Jahresverlauf in vielen Kategorien normalisierenden Nachfrage nach Konsumgütern ausgegangen. Gleichzeitig besteht Unsicherheit über den weiteren Verlauf der Infektionsraten sowie den Fortschritt der Impftätigkeit, und damit verbunden über die Entwicklung der pandemiebedingten Einschränkungen.

Unserer Prognose liegt insofern die Annahme zugrunde, dass sich die Industrienachfrage und für Henkel wesentliche Bereiche der Konsumgütergeschäfte, und hier insbesondere das Friseurgeschäft, teilweise deutlich erholen. In den Kategorien der Konsumgütergeschäfte, die 2020 pandemiebedingt eine erhöhte Nachfrage verzeichneten, rechnen wir im Verlauf des Jahres mit einer Normalisierung. Zudem gehen wir davon aus, dass es in unseren Kernregionen im weiteren Jahresverlauf zu keinen weitreichenden Geschäfts- und Produktionsschließungen in der Industrie und im Handel kommen wird, wie wir sie insbesondere im zweiten Quartal 2020 verzeichnet haben.

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren erwarten wir für den **Henkel-Konzern** im Geschäftsjahr 2021 ein **organisches Umsatzwachstum** von +4,0 bis +6,0 Prozent (vorher: +2,0 bis +5,0 Prozent).

Für den Unternehmensbereich **Adhesive Technologies**, dessen Entwicklung wesentlich durch die deutliche Erholung der Industrienachfrage geprägt ist, gehen wir von einem organischen Umsatzwachstum in der Bandbreite von +7,0 bis +9,0 Prozent aus (vorher: +2,0 bis +6,0 Prozent). Für den Unternehmensbereich **Beauty Care** erwarten wir aus heutiger Sicht ein organisches Umsatzwachstum von +2,0 bis +6,0 Prozent (unverändert). Hier dürfte sich auf Jahresbasis ein deutlicher Nachfrageanstieg im Friseurgeschäft positiv auswirken, während wir für das Konsumentengeschäft von einem fortgesetzten Wachstum ausgehen. Für **Laundry & Home Care** erwartet Henkel ein organisches Umsatzwachstum in der Bandbreite von +1,0 bis +3,0 Prozent (unverändert), das im Jahresverlauf von einer in einzelnen Kategorien erwarteten Normalisierung gegenüber der im Vorjahr pandemiebedingt erhöhten Nachfrage beeinflusst werden dürfte.

Den Beitrag der im Jahr 2020 getätigten Akquisitionen zum Wachstum der nominalen Umsatzerlöse des Henkel-Konzerns erwarten wir im niedrigen einstelligen Prozentbereich. Effekte aus Veräußerungen und Einstellungen von Geschäftsaktivitäten, Marken und Kategorien, die wir im weiteren Jahresverlauf im Rahmen unseres aktiven Portfoliomanagements anstreben, sind in der Prognose nicht abgebildet, da deren konkrete Umsetzung und zeitliches Eintreten nicht sicher prognostizierbar sind. Aus der Umrechnung von Umsatzerlösen in Fremdwährung erwarten wir einen negativen Einfluss im mittleren einstelligen Prozentbereich.

Auf die Ergebnisentwicklung von Henkel dürfte sich im Jahr 2021 insbesondere die erwartete Nachfragebelebung im Industriegeschäft und im Friseurgeschäft positiv auswirken. Gegenläufige Effekte aus steigenden Preisen für direkte Materialien, für die wir von einem deutlichen Anstieg im hohen mittleren einstelligen Prozentbereich (vorher: niedriger bis mittlerer einstelliger Prozentbereich) ausgehen, sowie Belastungen aus Wechselkursveränderungen dürften dies teilweise kompensieren.

Wir erwarten für den **Henkel-Konzern** eine **bereinigte Umsatzrendite (EBIT-Marge)** in der Bandbreite von 14,0 bis 15,0 Prozent (vorher: 13,5 bis 14,5 Prozent). Für den Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erwarten wir eine bereinigte Umsatzrendite zwischen 16,0 und 17,0 Prozent (vorher: 15,5 bis 16,5 Prozent), für **Beauty Care** zwischen 10,5 und 12,0 Prozent (unverändert) und für **Laundry & Home Care** in der Bandbreite von 14,5 bis 15,5 Prozent (vorher: 15,0 bis 16,0 Prozent).

Für das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)** bei konstanten Wechselkursen erwarten wir einen Anstieg im hohen einstelligen bis mittleren Zehn-Prozent-Bereich (vorher: +5 bis +15 Prozent).

Darüber hinaus haben wir für 2021 unverändert die folgenden Erwartungen:

- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 250 bis 300 Mio Euro,
- Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte zwischen 600 und 700 Mio Euro.

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 2020 erzielte Henkel einen Umsatz von über 19 Mrd Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,6 Mrd Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 53.000 Mitarbeiter, 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 Halbjahresberichts 2021:

Donnerstag, 12. August 2021

Veröffentlichung der Quartalsmitteilung Q3 2021:

Montag, 8. November 2021

Kontakt

Investoren & Analysten

Lars Korinth

Tel.: +49 211 797-1631

E-Mail: lars.korinth@henkel.com

Manuel Bösing

Tel.: +49 211 797-7151

E-Mail: manuel.boesing@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

Linda Gehring

Tel.: +49 211 797-7265

E-Mail: linda.gehring@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