

Quartalsmitteilung Q3 2023

Juli–September

Wachstumskurs im dritten Quartal fortgesetzt

Henkel hebt Jahresprognose für 2023 an

- **Konzernumsatz: rund 5,4 Mrd Euro, organisches Wachstum von +2,8 Prozent**
- **Organische Umsatzsteigerung von beiden Unternehmensbereichen getragen:**
 - **Adhesive Technologies: positives organisches Wachstum von +0,8 Prozent**
 - **Consumer Brands: sehr starker organischer Umsatzzuwachs von +6,2 Prozent**
- **Adhesive Technologies unterstreicht stärkeren Fokus auf Wachstum mit M&A durch Übernahme von Critica Infrastructure**
- **Consumer Brands: Zusammenschluss kommt deutlich schneller voran als geplant – mehr als 80 Prozent der Einsparungen bereits Ende 2023 erwartet**
- **Ausblick für das Geschäftsjahr 2023 angehoben:**
 - **Organisches Umsatzwachstum: 3,5 bis 4,5 Prozent (bisher: 2,5 bis 4,5 Prozent)**
 - **Bereinigte Umsatzrendite (EBIT-Marge): 11,5 bis 12,5 Prozent (bisher: 11,0 bis 12,5 Prozent)**
 - **Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): Anstieg in der Bandbreite von +15 bis +25 Prozent bei konstanten Wechselkursen (bisher: +5 bis +20 Prozent)**

Düsseldorf, 9. November 2023 – Henkel hat im **dritten Quartal 2023** einen **Konzernumsatz** von rund 5,4 Mrd Euro erzielt und konnte dabei ein organisches Wachstum von 2,8 Prozent erreichen. Dieses Wachstum war angesichts der gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegenen Rohstoffpreise durch eine weiterhin starke Preisentwicklung getrieben. Die Volumenentwicklung war rückläufig, zeigte aber gegenüber dem zweiten Quartal eine deutliche Verbesserung. Nominal lag der Umsatz um -9,0 Prozent unter dem Vorjahresquartal, insbesondere aufgrund des Verkaufs der Geschäftsaktivitäten in Russland im zweiten Quartal sowie negativer Wechselkurseffekte.

„Wir haben auch im dritten Quartal trotz eines weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds unseren Wachstumskurs erfolgreich fortgesetzt, zu dem beide Unternehmensbereiche beigetragen haben. Auf dieser Basis haben wir heute unsere **Jahresprognose** für das laufende Geschäftsjahr angehoben. Insbesondere beim bereinigten Ergebnis je Vorzugsaktie gehen wir nun von einem signifikanten Anstieg von 15 bis 25 Prozent bei konstanten Wechselkursen aus“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel.

„Darüber hinaus haben wir unser Adhesive Technologies-Portfolio durch eine attraktive Akquisition gestärkt – das spiegelt auch unseren verstärkten Fokus auf Wachstum durch M&A wider. Und auch bei der Integration unseres Consumer Brands-Geschäfts, der größten Transformation unseres Unternehmens in den letzten Jahrzehnten, liegen wir deutlich vor der ursprünglichen Planung.“

Umsatzentwicklung nach Unternehmensbereichen

in Mio Euro	Umsatz			
	3. Q/2022	3. Q/2023	+/-	Organisch
Drittes Quartal 2023				
Henkel-Konzern	5.976	5.440	-9,0%	2,8%
Adhesive Technologies	2.995	2.711	-9,5%	0,8%
Consumer Brands	2.916	2.695	-7,6%	6,2%
Januar-September 2023	1-9/2022	1-9/2023		
Henkel-Konzern	16.889	16.366	-3,1%	4,1%
Adhesive Technologies	8.462	8.186	-3,3%	3,3%
Consumer Brands	8.251	8.060	-2,3%	5,9%

Trotz der weiterhin verhaltenen Nachfrage in einigen wesentlichen Endmärkten erzielte der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** im dritten Quartal ein positives organisches Umsatzwachstum, das durch die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik und Handwerk, Bau & Gewerbe getragen war. Die sehr starke organische Umsatzsteigerung im Unternehmensbereich **Consumer Brands**, der seit Jahresbeginn in der neuen Aufstellung weltweit tätig ist, war durch die globalen Geschäftsfelder Laundry & Home Care sowie Hair getrieben.

„In beiden Unternehmensbereichen hat sich die Volumenentwicklung im dritten Quartal gegenüber dem Vorquartal deutlich verbessert. Damit haben sich unsere Erwartungen, die wir mit Veröffentlichung der Halbjahresergebnisse gegeben haben, bestätigt – und für das kommende Quartal gehen wir von einer weiteren sequenziellen Verbesserung aus“, so Knobel weiter.

Zudem hat Henkel auch im dritten Quartal gute Fortschritte bei der Umsetzung seiner **strategischen Wachstumsagenda** gemacht. Mit der Übernahme von Critica Infrastructure hat Henkel sein Portfolio im Unternehmensbereich Adhesive Technologies um ein attraktives angrenzendes Geschäft erweitert und will damit eine Plattform für weiteres Wachstum schaffen: Critica ist ein spezialisierter Anbieter von innovativen Faserverbund-Lösungen für die Instandsetzung einer Vielzahl industrieller Anwendungen. Im Bereich Consumer Brands kommt Henkel mit der Zusammenführung der Konsumentengeschäfte deutlich schneller voran als geplant. Von den in einem ersten Schritt bis Ende 2024 anvisierten Netto-Einsparungen von etwa 250 Mio Euro sollen bereits mehr als 80 Prozent bis Ende 2023 realisiert werden. Außerdem wurde die Fokussierung des Portfolios auf margen- und wachstumsstarke Marken und Produkte konsequent fortgesetzt.

„Auch im dritten Quartal haben wir unsere strategischen Prioritäten in beiden Unternehmensbereichen konsequent vorangetrieben. Das zeigt: Wir sind auf dem richtigen Weg, um weiteres Wachstum zu generieren und unsere weltweit führenden Marktpositionen auszubauen“, sagte Knobel.

Umsatzentwicklung Konzern

Der **Konzernumsatz** lag im **dritten Quartal 2023** bei 5.440 Mio Euro und damit **nominal** um -9,0 Prozent unter dem Vorjahresquartal. Effekte aus Akquisitionen und Divestments verringerten den Umsatz um -5,5 Prozent – diese umfassen auch die Effekte aus dem Verkauf des Russland-Geschäfts. Wechselkurseffekte wirkten sich mit -6,3 Prozent ebenfalls negativ auf die Umsatzentwicklung aus. **Organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um 2,8 Prozent. Dieses Wachstum wurde durch eine anhaltend starke Preisentwicklung in beiden Unternehmensbereichen getragen. Die Volumina waren gegenüber dem Vorjahresquartal rückläufig, die Entwicklung zeigte jedoch gegenüber dem zweiten Quartal 2023 in beiden Unternehmensbereichen eine spürbare Verbesserung.

In den ersten **neun Monaten 2023** erreichte der **Umsatz** 16.366 Mio Euro. Dies entspricht einer **nominalen** Entwicklung von -3,1 Prozent. **Organisch** erzielte Henkel einen sehr starken Umsatzanstieg von 4,1 Prozent, der durch eine zweistellige Preisentwicklung getrieben war.

Umsatzentwicklung Konzern

in Mio Euro	3. Q/2022	3. Q/2023	1–9/2022	1–9/2023
Umsatz	5.976	5.440	16.889	16.366
Veränderung zum Vorjahr	17,3%	-9,0%	12,5%	-3,1%
Wechselkurseffekte	6,6%	-6,3%	3,9%	-3,9%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	10,7%	-2,7%	8,6%	0,8%
Akquisitionen/Divestments	-0,6%	-5,5%	-1,1%	-3,4%
Organisch	11,3%	2,8%	9,7%	4,1%
Davon Preis	14,7%	8,3%	11,6%	10,8%
Davon Menge	-3,4%	-5,5%	-1,9%	-6,7%

Das organische Umsatzwachstum im **dritten Quartal** wurde durch die Regionen **Europa, Nordamerika, Lateinamerika** sowie **IMEA** getragen. Die Region **Asien/Pazifik** verzeichnete hingegen eine rückläufige organische Umsatzentwicklung, die im Wesentlichen auf das weiterhin herausfordernde Marktumfeld in China zurückzuführen ist.

Umsatzentwicklung nach Regionen

in Mio Euro	Europa	IMEA	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/Pazifik	Corpo-rate	Konzern
Umsatz¹ Juli–September 2023	2.040	594	1.517	420	837	34	5.440
Umsatz ¹ Juli–September 2022	2.358	618	1.548	413	974	65	5.976
Veränderung gegenüber Vorjahresquartal	-13,5%	-3,9%	-2,0%	1,5%	-14,1%	–	-9,0%
Organisch	0,9%	24,7%	3,2%	5,8%	-4,7%	–	2,8%
Anteil am Konzernumsatz 2023	37%	11%	28%	8%	15%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz 2022	39%	10%	26%	7%	16%	1%	100%

¹ Nach Sitz der Gesellschaft.

Auch in den **ersten neun Monaten 2023** wurde das sehr starke organische Umsatzwachstum von Henkel durch alle Regionen – mit Ausnahme der Region Asien/Pazifik – getragen.

Umsatzentwicklung nach Regionen

in Mio Euro	Europa	IMEA	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/Pazifik	Corpo-rate	Konzern
Umsatz¹ Januar–September 2023	6.324	1.610	4.621	1.254	2.438	120	16.366
Umsatz ¹ Januar–September 2022	6.792	1.713	4.421	1.146	2.642	175	16.889
Veränderung gegenüber Vorjahr	-6,9%	-6,0%	4,5%	9,5%	-7,7%	–	-3,1%
Organisch	1,9%	25,3%	3,6%	10,5%	-3,4%	–	4,1%
Anteil am Konzernumsatz 2023	39%	10%	28%	8%	15%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz 2022	40%	10%	26%	7%	16%	1%	100%

¹ Nach Sitz der Gesellschaft.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erzielte im dritten Quartal 2023 einen **Umsatz** von 2.711 Mio Euro (Vorjahr: 2.995 Mio Euro). Das entspricht einer **nominalen** Entwicklung von -9,5 Prozent. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um 0,8 Prozent. Dieses Wachstum wurde durch starke Preissteigerungen getragen. Die Volumenentwicklung lag dagegen unter dem Vorjahresniveau, insbesondere bedingt durch eine weiterhin verhaltene Nachfrage in einigen wesentlichen Endmärkten. Akquisitionen/Divestments reduzierten den Umsatz um -3,8 Prozent. Zudem wirkten sich Wechselkurseffekte mit -6,5 Prozent negativ aus.

In den **ersten neun Monaten 2023** verzeichnete der Unternehmensbereichs Adhesive Technologies eine rückläufige **nominale** Entwicklung von -3,3 Prozent auf 8.186 Mio Euro. **Organisch** erreichte der Bereich preisgetrieben eine starke Umsatzsteigerung von 3,3 Prozent.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

in Mio Euro	3. Q/2022	3. Q/2023	1-9/2022	1-9/2023
Umsatz	2.995	2.711	8.462	8.186
Anteil am Konzernumsatz	50%	50%	50%	50%
Veränderung zum Vorjahr	22,6%	-9,5%	17,6%	-3,3%
Wechselkurseffekte	7,7%	-6,5%	5,0%	-3,6%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	14,9%	-3,0%	12,6%	0,3%
Akquisitionen/Divestments	-1,9%	-3,8%	-1,1%	-3,0%
Organisch	16,8%	0,8%	13,7%	3,3%
Davon Preis	15,8%	4,9%	13,2%	8,3%
Davon Menge	1,0%	-4,1%	0,5%	-5,0%

Das positive organische Umsatzwachstum im **dritten Quartal** wurde durch die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik und Handwerk, Bau & Gewerbe getragen. Das Geschäftsfeld **Mobilität & Elektronik** erzielte eine sehr starke organische Umsatzsteigerung von 4,6 Prozent. Treiber dieses Wachstums war der Bereich Automobil, wohingegen sich das Geschäft im Bereich Elektronik aufgrund der weiterhin verhaltenen Nachfrage rückläufig entwickelte. Der Bereich Industrie erreichte eine positive organische Umsatzsteigerung. Das Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** verzeichnete eine organische Umsatzentwicklung von -5,0 Prozent. Dabei zeigten sowohl der Geschäftsbereich Konsumgüter als auch der Bereich Verpackungen eine rückläufige Entwicklung. Diese ist sowohl auf eine schwächere Nachfrage als auch auf hohe Vergleichswerte im Vorjahreszeitraum zurückzuführen. Im Geschäftsfeld **Handwerk, Bau & Gewerbe** erhöhte sich der Umsatz organisch um 2,8 Prozent. Hier trugen die Geschäftsbereiche Bau sowie Konsumenten & Handwerker zum Wachstum bei. Der Geschäftsbereich Maschinenbau & Instandhaltung verzeichnete dagegen, bedingt durch eine geringere Nachfrage, eine leicht rückläufige Entwicklung.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz			
	3. Q/2022	3. Q/2023	+/-	Organisch
Drittes Quartal 2023				
Adhesive Technologies	2.995	2.711	-9,5%	0,8%
Mobilität & Elektronik	1.009	980	-2,8%	4,6%
Verpackungen & Konsumgüter	993	855	-13,8%	-5,0%
Handwerk, Bau & Gewerbe	994	876	-11,8%	2,8%
Januar-September 2023	1-9/2022	1-9/2023		
Adhesive Technologies	8.462	8.186	-3,3%	3,3%
Mobilität & Elektronik	2.767	2.879	4,1%	8,6%
Verpackungen & Konsumgüter	2.848	2.588	-9,1%	-2,7%
Handwerk, Bau & Gewerbe	2.848	2.719	-4,5%	4,1%

Aus regionaler Sicht verzeichnete der Unternehmensbereich Adhesive Technologies im dritten Quartal eine gemischte Entwicklung. In **Europa** war die organische Umsatzentwicklung leicht rückläufig. Dabei konnte das Wachstum in den Geschäftsfeldern Mobilität & Elektronik und Handwerk, Bau & Gewerbe die negative Entwicklung im Geschäftsfeld Verpackungen & Konsumgüter nicht kompensieren. Die Region **Nordamerika** erzielte ein positives organisches Umsatzwachstum, das durch das Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik getrieben wurde. In der Region **IMEA** erreichte der Unternehmensbereich eine zweistellige organische Umsatzsteigerung, zu der alle Geschäftsfelder beigetragen haben. Die Region **Lateinamerika** verzeichnete ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum, das durch die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik und Verpackungen & Konsumgüter getragen wurde. Die Region **Asien/Pazifik** lag hingegen unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Diese Entwicklung war über alle Geschäftsfelder hinweg insbesondere auf das weiterhin angespannte Marktumfeld in China zurückzuführen.

Umsatzentwicklung Consumer Brands

Im **dritten Quartal 2023** lag der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Consumer Brands bei 2.695 Mio Euro und damit **nominal** -7,6 Prozent unter dem Vorjahresniveau. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um 6,2 Prozent. Das Wachstum wurde dabei durch eine zweistellige Preisentwicklung getragen. Demgegenüber entwickelte sich das Volumen rückläufig, unter anderem bedingt durch die fortgesetzten Maßnahmen zur Portfolio-Optimierung. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um -6,3 Prozent. Zudem verringerten Effekte aus Akquisitionen/Divestments den Umsatz um -7,5 Prozent.

In den **ersten neun Monaten 2023** lag der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Consumer Brands mit 8.060 Mio Euro **nominal** -2,3 Prozent unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums. **Organisch** stieg der Umsatz preisgetrieben um 5,9 Prozent.

Umsatzentwicklung Consumer Brands

in Mio Euro	3. Q/2022	3. Q/2023	1–9/2022	1–9/2023
Umsatz	2.916	2.695	8.251	8.060
Anteil am Konzernumsatz	50%	50%	50%	49%
Veränderung zum Vorjahr	11,5%	-7,6%	6,8%	-2,3%
Wechselkurseffekte	5,7%	-6,3%	2,8%	-4,2%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	5,8%	-1,3%	3,9%	1,9%
Akquisitionen/Divestments	0,8%	-7,5%	-1,0%	-4,0%
Organisch	5,0%	6,2%	5,0%	5,9%
Davon Preis	13,7%	11,9%	10,2%	13,3%
Davon Menge	-8,7%	-5,7%	-5,2%	-7,5%

Das Geschäftsfeld **Laundry & Home Care** verzeichnete im dritten Quartal ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum in Höhe von 5,8 Prozent. Dabei erzielte der Bereich Waschmittel eine sehr starke organische Umsatzsteigerung, die insbesondere durch ein deutlich zweistelliges Wachstum in der Kategorie Spezialwaschmittel getragen wurde. Auch der Bereich

Reinigungsmittel verzeichnete ein sehr starkes Wachstum, im Wesentlichen getrieben durch eine deutliche Umsatzsteigerung in der Kategorie WC-Reiniger.

Das Geschäftsfeld **Hair** erreichte im dritten Quartal insgesamt einen deutlichen organischen Umsatzanstieg von 8,9 Prozent. Dabei erzielte das Konsumentengeschäft ein zweistelliges Wachstum, getrieben durch die Kategorien Haarstyling und Haarpflege. Das Friseurgeschäft erzielte ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum.

Die **Weiteren Konsumentengeschäfte** verzeichneten im dritten Quartal eine leicht rückläufige organische Umsatzentwicklung in Höhe von -0,6 Prozent, unter anderem bedingt durch Portfoliomaßnahmen.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz			
	3. Q/2022	3. Q/2023	+/-	Organisch
Drittes Quartal 2023				
Consumer Brands	2.916	2.695	-7,6%	6,2%
Laundry & Home Care	1.902	1.726	-9,3%	5,8%
Hair	799	779	-2,5%	8,9%
Weitere Konsumentengeschäfte	214	190	-11,1%	-0,6%
Januar–September 2023	1–9/2022	1–9/2023		
Consumer Brands	8.251	8.060	-2,3%	5,9%
Laundry & Home Care	5.396	5.179	-4,0%	5,5%
Hair	2.254	2.347	4,1%	8,3%
Weitere Konsumentengeschäfte	601	534	-11,0%	-0,2%

Aus regionaler Sicht erreichte der Unternehmensbereich Consumer Brands im dritten Quartal in **Europa** ein gutes organisches Umsatzwachstum, im Wesentlichen getrieben durch das Geschäftsfeld Hair. Die Region **Nordamerika** erzielte ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum, zu dem alle Geschäftsfelder beitragen. Die Region **Lateinamerika** verzeichnete ebenfalls ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum, insbesondere getrieben durch das Geschäftsfeld Hair. Die Region **IMEA** erreichte einen zweistelligen organischen Umsatzanstieg, der durch die Geschäftsfelder Laundry & Home Care und Hair getragen wurde. Die Region **Asien/Pazifik** verzeichnete dagegen eine negative organische Entwicklung im Vergleich zum Vorjahresquartal, bedingt durch das Geschäftsfeld Hair, in dem sich insbesondere in China eine schwächere Marktentwicklung bemerkbar machte.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 30. Juni 2023.

Ausblick des Henkel-Konzerns

Ausgehend von der Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2023 und den Annahmen zum Geschäftsverlauf im verbleibenden Quartal hat der Vorstand der Henkel AG & Co. KGaA entschieden, die Prognose für das Geschäftsjahr 2023 anzuheben.

Für den **Henkel-Konzern** erwarten wir im Geschäftsjahr 2023 nun ein **organisches Umsatzwachstum** von 3,5 bis 4,5 Prozent (vorher: 2,5 bis 4,5 Prozent). Dabei gehen wir für den Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** nun von einem organischen Umsatzwachstum in der Bandbreite von 2,5 bis 3,5 Prozent aus (vorher: 2,0 bis 4,0 Prozent) und für den Unternehmensbereich **Consumer Brands** von 5,0 bis 6,0 Prozent (vorher: 3,0 bis 5,0 Prozent).

Für den **Henkel-Konzern** wird nun von einer **bereinigten Umsatzrendite (bereinigte EBIT-Marge)** in der Bandbreite von 11,5 bis 12,5 Prozent ausgegangen (vorher: 11,0 bis 12,5 Prozent). Dabei erwarten wir für den Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** nun eine bereinigte Umsatzrendite in der Bandbreite von 14,0 bis 15,0 Prozent (vorher: 13,5 bis 15,0 Prozent) sowie für den Unternehmensbereich **Consumer Brands** eine bereinigte Umsatzrendite in der Bandbreite von 10,0 bis 11,0 Prozent (vorher: 9,5 bis 11,0 Prozent).

Für das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)** bei konstanten Wechselkursen wird nun von einem Zuwachs in der Bandbreite von 15,0 bis 25,0 Prozent ausgegangen (vorher: 5,0 bis 20,0 Prozent).

Darüber hinaus haben wir für 2023 die folgenden Erwartungen angepasst:

- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von rund 300 Mio Euro (vorher: 300 bis 350 Mio Euro)
- Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte in Höhe von rund 650 Mio Euro (vorher: 650 bis 750 Mio Euro)

Unverändert bleiben demgegenüber die folgenden Erwartungen für 2023:

- Umrechnung von Umsatzerlösen in Fremdwährung: Negativer Einfluss auf das Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich¹
- Akquisitionen und Divestments: Negativer Einfluss auf das Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich²
- Preise für direkte Materialien: Anstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich¹

¹ Im Vergleich zum Vorjahresdurchschnitt

² Inklusive des Effekts aus der Veräußerung der Geschäftsaktivitäten in Russland

Angepasste Berichterstattung seit dem ersten Quartal 2023

Vor dem Hintergrund der angepassten Berichterstattung seit dem ersten Quartal 2023 (siehe Erläuterungen im Halbjahresfinanzbericht 2023, Seite 5) sind die angegebenen Vorjahreswerte für den Unternehmensbereich Consumer Brands, für die Geschäftsfelder in beiden Unternehmensbereichen sowie für die Regionen Europa, IMEA und Asien/Pazifik jeweils in der neuen Struktur dargestellt.

Hinweis: Alle Werte in dieser Mitteilung sind jeweils für sich kaufmännisch gerundet; bei der Addition der Werte kann es daher zu Abweichungen von den angegebenen Summen kommen.

Über Henkel

Mit seinen Marken, Innovationen und Technologien hält Henkel weltweit führende Marktpositionen im Industrie- und Konsumentengeschäft. Mit dem Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist Henkel globaler Marktführer bei Klebstoffen, Dichtstoffen und funktionalen Beschichtungen. Mit Consumer Brands ist das Unternehmen insbesondere mit Wasch- und Reinigungsmitteln sowie Haarpflege weltweit in vielen Märkten und Kategorien führend. Die drei größten Marken des Unternehmens sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2022 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 22 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,3 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Nachhaltiges Handeln hat bei Henkel lange Tradition und das Unternehmen verfolgt eine klare Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen. Henkel wurde 1876 gegründet und beschäftigt heute weltweit ein vielfältiges Team von rund 50.000 Mitarbeiter:innen – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, gemeinsame Werte und den Unternehmenszweck: „Pioneers at heart for the good of generations“. 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 2023:

Montag, 4. März 2024

Hauptversammlung der Henkel AG & Co. KGaA 2024:

Montag, 22. April 2024

Veröffentlichung der Quartalsmitteilung Q1 2024:

Mittwoch, 8. Mai 2024

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

Thomas Rosenke

Tel.: +49 211 797-3563

E-Mail: thomas.rosenke@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

Ricarda Albaum

Tel.: +49 211 797-9982

E-Mail: ricarda.albaum@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