

News Release

9. Februar 2022

Weiterer Schritt im aktiven Portfoliomanagement

Henkel erwirbt das Friseurgeschäft von Shiseido in Asien/Pazifik

- **Attraktives Portfolio mit starken und erfolgreichen Premium-Marken**
- **Bedeutender Schritt für das Hair Professional-Geschäft in Asien/Pazifik**
- **Henkel wird einer der führenden Anbieter in dynamischer Wachstumsregion**
- **Henkel erwirbt Markenlizenz der Marke SHISEIDO PROFESSIONAL von Shiseido**
- **Shiseido behält 20-prozentigen Anteil an japanischer Tochtergesellschaft, um weiteres Wachstum des Geschäfts zu unterstützen**

Düsseldorf – Henkel hat eine Vereinbarung zum Erwerb des asiatisch-pazifischen Friseurgeschäfts von Shiseido unterzeichnet. Die Akquisition umfasst führende Friseur-Marken wie Sublimic oder Primience, die unter der lizenzierten Dachmarke Shiseido Professional vertrieben werden. Shiseido Professional ist eine salon-exklusive Marke, die Premiumprodukte für Friseure in den Bereichen Haarpflege, Haarfarbe und Stylingartikel sowie Dauerwellen anbietet. Shiseido wird einen Anteil von 20 Prozent an der Tochtergesellschaft in Japan behalten, um das weitere Wachstum des Geschäfts durch eine starke Partnerschaft mit Henkel zu unterstützen.

Im Geschäftsjahr 2020 erzielte das Geschäft einen Umsatz von rund 100 Millionen Euro und beschäftigte mehr als 500 Mitarbeiter, einschließlich starker Forschungs- und Entwicklungskompetenzen. Das Unternehmen ist in den meisten Ländern des asiatisch-pazifischen Raums vertreten, der als wichtige Quelle für Innovationen und Trends im Beauty-Bereich gilt. Gemessen am Umsatzanteil sind Japan, China und Südkorea die wichtigsten Märkte für das Geschäft.

„Im Rahmen unserer strategischen Agenda für ganzheitliches Wachstum spielen attraktive Zukäufe bei der aktiven Gestaltung unseres Portfolios eine wichtige Rolle. Diese Transaktion ist ein wichtiger Schritt für unser Friseurgeschäft. Durch den Ausbau unserer Aktivitäten im asiatisch-pazifischen Raum werden wir zu einem der führenden Anbieter in dieser sehr dynamischen Region mit attraktivem Wachstumspotenzial für die Zukunft. Dieser Schritt wird unser Friseurgeschäft weiter stärken, das sich in den letzten Jahren bereits sehr stark entwickelt hat und ein integraler Bestandteil unseres künftigen Unternehmensbereichs Consumer Brands sein wird“, sagte Henkel CEO Carsten Knobel.

„Wir freuen uns darüber, unser Professional-Portfolio mit diesen starken und erfolgreichen Premium-Marken ausbauen zu können. Dieses Geschäft ist eine perfekte strategische Ergänzung unseres bestehenden Portfolios, da es Marken und Haarkategorien enthält, die unsere bestehenden Positionen in hohem Maße ergänzen, während wir gleichzeitig unsere Position auf dem attraktiven asiatisch-pazifischen Markt erheblich stärken. Die Transaktion wird es uns ermöglichen, eine Innovations- und Wachstumsplattform für unser Friseurgeschäft in dieser sehr spannenden Region zu schaffen, mit dem Ziel, durch die Vereinbarung mit Shiseido weiteres Wachstum zu erzielen und die Geschäftsentwicklung voranzutreiben. Wir werden unsere Marktposition in Japan und China, den weltweiten Top-2- und Top-3-Märkten für Haarpflegeprodukte und wichtigen Zentren für Trends und Innovationen, deutlich erweitern“, sagte Wolfgang König, im Vorstand von Henkel verantwortlich für den Unternehmensbereich Beauty Care.

Die Transaktion ist ein weiterer Schritt zur Stärkung des Friseurgeschäfts, die Henkel in den vergangenen Jahren vorangetrieben hat. Im Jahr 2014 übernahm Henkel die drei US-Unternehmen Sexy Hair, Alterna und Kenra. Im Jahr 2017 schloss Henkel die Übernahme von Nattura Laboratorios und des nordamerikanischen Friseurgeschäfts von Shiseido erfolgreich ab.

Das Friseurgeschäft von Henkel hält führende Marktpositionen in verschiedenen internationalen Marktsegmenten. Der Bereich gehört zu den Top 3 der Beauty-Unternehmen weltweit und bietet ein breites Portfolio an Haarpflege-, Haarstyling- und Colorationsmarken exklusiv für Friseure wie Schwarzkopf Professional, Bonacure, Igora Royal oder Authentic Beauty Concept. Das Geschäft erwirtschaftet einen Umsatz von mehr als 1 Milliarde Euro und wird Teil des künftigen Unternehmensbereichs Henkel Consumer Brands sein, der neuen Multi-Kategorie-Plattform, die durch die Zusammenlegung der Unternehmensbereiche Laundry & Home Care und Beauty Care spätestens Anfang 2023 entstehen wird.

Die Akquisition steht unter dem Vorbehalt üblicher Vollzugsbedingungen sowie kartellrechtlicher Genehmigungen.

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.

Kontakt

Investoren & Analysten

Lars Korinth

Tel.: +49 211 797 - 1631

E-Mail: lars.korinth@henkel.com

Manuel Bösing

Tel.: +49 211 797 - 6459

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

www.henkel.de/presse

www.henkel.de/ir