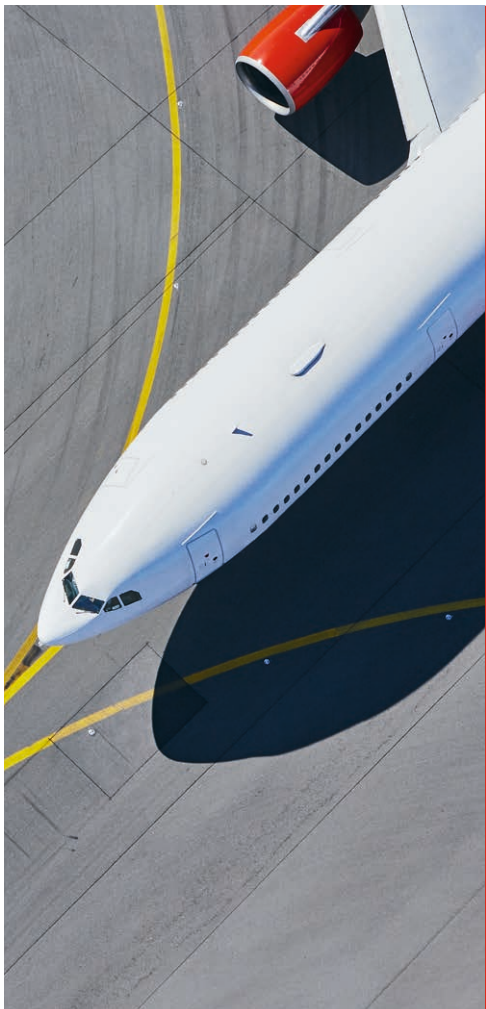
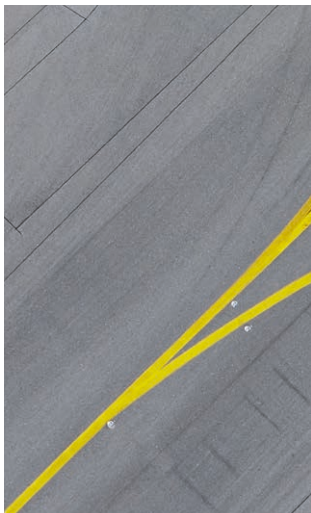


Fakten & Zahlen 2019



Inhalt

- 2 Über Henkel
- 3 Was uns antreibt
- 4 Henkel auf einen Blick
- 5 Das Geschäftsjahr 2019
- 6 Unser Vorstand
- 8 Adhesive Technologies
- 10 Beauty Care
- 12 Laundry & Home Care
- 14 Finanzen
- 16 Mitarbeiter
- 18 Nachhaltigkeit
- 20 Engagement für die Gesellschaft

Über Henkel

Unser Unternehmen wurde 1876 von Fritz Henkel gegründet. Mit unseren drei Unternehmensbereichen – Adhesive Technologies, Beauty Care und Laundry & Home Care – halten wir sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft führende Marktpositionen. Unsere starken Marken wie Loctite, Schwarzkopf und Persil sind als Produkte und Technologien fester Bestandteil des Alltags von Menschen in mehr als 100 Ländern.

Mit unserem Handeln wollen wir nachhaltig Werte schaffen. Für unsere Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre und die Gesellschaft.

Wir sind Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit. Mit weniger Ressourcen wollen wir mehr erreichen. Das ist der Kern unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Dabei übernehmen wir Verantwortung für die Gesundheit und Lebensqualität unserer Mitarbeiter, Kunden und Verbraucher sowie für den Schutz unserer Umwelt.

Was uns antreibt

Unser Unternehmenszweck

**Nachhaltig
Werte schaffen.**

Unsere Vision

**Führend mit unseren
Innovationen, Marken
und Technologien.**

Unsere Werte

Wir stellen unsere **Kunden** und **Konsumenten** in den Mittelpunkt unseres Handelns.

Wir schätzen, fordern und fördern unsere **Mitarbeiter.**

Wir streben exzellenten, nachhaltigen **wirtschaftlichen Erfolg** an.

Wir streben an, unsere führende Rolle im Bereich **Nachhaltigkeit** stetig auszubauen.

Wir gestalten unsere Zukunft mit ausgeprägtem Unternehmergeist auf der Grundlage unserer Tradition als **Familienunternehmen.**



Henkel auf einen Blick

Führend
im Bereich
Nachhaltigkeit
+56%
Ressourcen-
effizienz

Drei Unternehmensbereiche

Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care

Führende Marken

LOCTITE

 **Schwarzkopf**

Persil

Mehr als
143 Jahre
Erfolg mit Marken
und Technologien

Rund
36%
weibliche
Führungskräfte

Mehr als
52.000
Mitarbeiter aus 120 Nationen

Rund
2.000
gesellschaftliche
Projekte
gefördert

Das Geschäftsjahr 2019

Umsatz

20,1 Mrd €

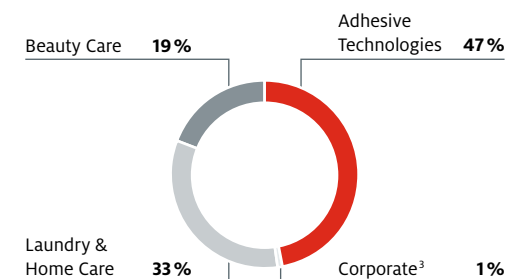
Nominales Umsatzwachstum

+1,1%
+ 0,0 % organisch

Bereinigtes¹ betriebliches Ergebnis (EBIT)

3.220 Mio €

Umsatz nach Unternehmensbereichen



Bereinigte¹ Umsatzrendite (EBIT)

16,0%
-1,6 Prozentpunkte

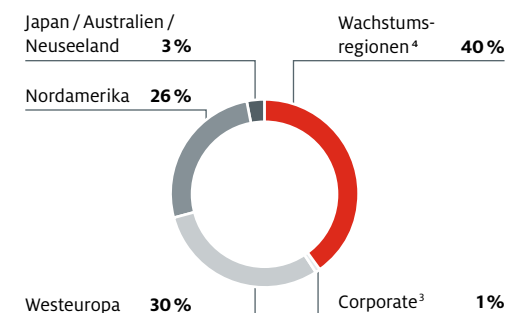
Bereinigtes¹ Ergebnis je Vorzugsaktie

5,43 €
- 9,7 %

Dividende je Vorzugsaktie²

1,85 €

Umsatz nach Regionen



¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

² Vorschlag an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 20. April 2020.

³ Corporate = Umsätze und Leistungen, die nicht den Unternehmensbereichen zugeordnet werden können.

⁴ Osteuropa, Afrika / Nahost, Lateinamerika, Asien (ohne Japan).

Unser Vorstand



Carsten Knobel

Vorsitzender des Vorstands

Geboren in Marburg / Lahn, Deutschland,
am 11. Januar 1969;
seit 1995 bei Henkel.



Marco Swoboda

Mitglied des Vorstands
und zuständig für den Unternehmensbereich
Finanzen (Chief Financial Officer) / Einkauf / Integrated Business Solutions

Geboren in Velbert, Deutschland,
am 23. September 1971;
seit 1997 bei Henkel.



Sylvie Nicol

Mitglied des Vorstands
und zuständig für den Unternehmensbereich Personal /
Infrastruktur-Services

Geboren in Paris, Frankreich,
am 28. Februar 1973;
seit 1996 bei Henkel.



Jan-Dirk Auris

Mitglied des Vorstands
und zuständig für den Unternehmensbereich
Adhesive Technologies

Geboren in Köln, Deutschland,
am 1. Februar 1968;
seit 1984 bei Henkel.



Jens-Martin Schwärzler

Mitglied des Vorstands
und zuständig für den Unternehmensbereich
Beauty Care

Geboren in Ravensburg, Deutschland,
am 23. August 1963;
seit 1992 bei Henkel.



Bruno Piacenza

Mitglied des Vorstands
und zuständig für den Unternehmensbereich
Laundry & Home Care

Geboren in Paris, Frankreich,
am 22. Dezember 1965;
seit 1990 bei Henkel.

Adhesive Technologies

Unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist weltweit führend mit Klebstoffen, Dichtstoffen und Beschichtungen – sowohl für industrielle Anwendungen als auch für Konsumenten, Handwerker und die Bauindustrie. Unsere größte Marke Loctite erzielt jährlich einen Umsatz von mehr als 3 Milliarden Euro. Zu den weiteren Top-Marken zählen Technomelt und Bonderite. Wir verbinden führende Innovationen mit einer engen Partnerschaft zu Industriekunden rund um die Welt. Daraus entstehen maßgeschneiderte Lösungen in den Geschäftsfeldern Verpackungs- und Konsumgüterklebstoffe, Transport und Metall, Allgemeine Industrie sowie Elektronik. Im Jahr 2019 lag der Umsatzanteil mit Produkten, die wir innerhalb der letzten fünf Jahre im Markt eingeführt haben, bei rund 30 Prozent.

 www.henkel.de/marken-und-unternehmensbereiche/adhesive-technologies

Top-Marken

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

Kennzahlen 2019

Umsatz

9.461 Mio €

Bereinigtes¹ betriebliches Ergebnis (EBIT)

1.712 Mio €

Organisches Umsatzwachstum

–1,5%

Bereinigte¹ Umsatzrendite (EBIT)

18,1%

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Lösungen für die Luftfahrtindustrie

Der globale Luftverkehr nimmt Jahr für Jahr zu. Damit steigt auch die Nachfrage von Flugzeugherstellern nach innovativen Lösungen, die eine leichtere Bauweise mit geringerem Treibstoffverbrauch ermöglichen. Deshalb hat Henkel 2019 rund 35 Millionen Euro in ein neues europäisches Fertigungszentrum für Anwendungen in der Luftfahrtindustrie in Montornès del Vallès, Spanien, investiert. Das intelligente Gebäude ist mit modernen Systemen ausgerüstet, um unseren Kunden maximale Transparenz und Nachverfolgbarkeit zu bieten. Der neue Standort erfüllt zudem höchste Nachhaltigkeitsstandards. Für die Planung des Fertigungszentrums haben wir digitale Simulationstechniken eingesetzt, um die Produktionsabläufe effizient zu gestalten.



Beauty Care

Unser Unternehmensbereich Beauty Care ist weltweit tätig in den Bereichen Haar-kosmetik, Körperpflege, Hautpflege und Mundpflege. Wir besetzen mit unseren international bekannten Marken wie Schwarzkopf, Dial oder Syoss in vielen Märkten und Kategorien führende Positionen. Neben den Konsumgütermarken gehören zu unserem Portfolio auch Produkte für professionelle Friseure, die mit ihren Kreationen neue Trends setzen. Mit unserem Friseurgeschäft und Marken wie Schwarzkopf Professional, Sexy Hair und Kenra zählen wir weltweit zu den drei führenden Anbietern in diesem Segment. Unser Geschäft haben wir 2019 unter anderem mit der Investition in eSalon.com weiter gestärkt. Im Jahr 2019 lag der Umsatzanteil mit Produkten, die wir innerhalb der letzten drei Jahre im Markt eingeführt haben, bei rund 45 Prozent.

Top-Marken



syoss

Kennzahlen 2019

Umsatz

3.877 Mio €

Organisches
Umsatzwachstum

-2,1%

Bereinigtes¹
betriebliches Ergebnis (EBIT)

519 Mio €

Bereinigte¹
Umsatzrendite (EBIT)

13,4%

 [www.henkel.de/marken-und-unternehmensbereiche/
beauty-care](http://www.henkel.de/marken-und-unternehmensbereiche/beauty-care)

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Natürlich schön

Unsere Kunden und Verbraucher fragen zunehmend Produkte für Haar- und Körperpflege nach, die auf natürlichen Inhaltsstoffen basieren und aus nachwachsenden Rohstoffen gewonnen werden. Diesem globalen Trend tragen wir mit zahlreichen Produkten und Innovationen in unserem Portfolio Rechnung. Zum Beispiel sind alle Körper- und Haarpflegeprodukte von Nature Box von der Natur inspiriert. Dabei sind die Formulierungen optimiert, um die Leistung und Wirksamkeit zu erhalten. Unsere Marke N.A.E. ist organisch zertifiziert und bietet eine breite Palette von Körper- und Gesichtspflegeprodukten auf Basis natürlicher Inhaltsstoffe. Mit Authentic Beauty Concept haben wir gemeinsam mit Friseuren eine neue Premium-Marke entwickelt. Ihre Pflege- und Stylingrezepturen sind vegan und frei von Sulfaten, Parabenen, Silikonem und künstlichen Farbstoffen.



Laundry & Home Care

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care hält mit seinen starken Marken und Innovationen in den Geschäftsfeldern Laundry Care (Waschmittel) und Home Care (Reinigungsmittel) führende Positionen in vielen Märkten rund um die Welt. Zu den größten Marken gehören Persil, all und Bref. Das Produktportfolio reicht von Universal- und Spezialwaschmitteln sowie Waschzusätzen über Geschirrspülmittel, Oberflächenreiniger und WC-Reiniger bis hin zu Lufterfrischern und Insektenschutz-Produkten. Innovationen spielen auch in diesem Geschäft eine entscheidende Rolle für den Geschäftserfolg: Der Anteil des Umsatzes mit Produkten, die innerhalb der letzten drei Jahre im Markt eingeführt wurden, lag 2019 bei rund 45 Prozent.

 www.henkel.de/marken-und-unternehmensbereiche/laundry-and-home-care

Top-Marken

Persil



Bref

Kennzahlen 2019

Umsatz

6.656 Mio €

Bereinigtes¹ betriebliches Ergebnis (EBIT)

1.096 Mio €

Organisches Umsatzwachstum

+3,7%

Bereinigte¹ Umsatzrendite (EBIT)

16,5%

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Innovationen für mehr Performance

112 Jahre alt und immer modern – unsere Marken-Ikone Persil erfindet sich immer wieder neu. Innovative Technologien und Rezepturen sind der Grund, warum sich Persil zu einer internationalen Top-Marke mit Präsenz in über 50 Märkten weltweit entwickelt hat. Die jüngste Innovation: Persil 4-in-1 Discs mit vier Kammern. Jede Disc kombiniert Fleckentfernung und Leuchtkraft mit Faserpflege und frischem Duft – für tiefenreine Waschergebnisse. Die biologisch abbaubare Folie der Persil Discs löst sich bei Kontakt mit Wasser auf. Die Wirkstoffe in den Kammern sind exakt vordosiert. Der Verbraucher nutzt so genau die benötigte Menge und leistet einen wichtigen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit.



Finanzen

In einem volatilen Marktumfeld ermöglichen effiziente und flexible Prozesse die erfolgreiche Entwicklung unserer Unternehmensbereiche. In unserer Finanzorganisation steuern wir daher unsere Arbeitsabläufe ganzheitlich und integriert: im Finanzmanagement, im Einkauf, in der Supply Chain, im Bereich Integrated Business Solutions und in sieben Shared Service Centern weltweit. Standardisierung, Automatisierung und Digitalisierung erhöhen dabei die Effizienz und Agilität. So können wir weiter investieren und noch besser auf die zunehmende Dynamik in unseren Märkten sowie auf neue Konsumentenbedürfnisse reagieren.

Free Cashflow¹

2.471 Mio €

Akquisitionen / Investitionen¹

rund 1,3 Mrd €

Netto-Umlaufvermögen
in Prozent vom Umsatz¹

3,9 %

Steuerquote¹

25,2 %

 [www.henkel.de/spotlight/themenwelten/
themenwelt-industrie-4-0](http://www.henkel.de/spotlight/themenwelten/themenwelt-industrie-4-0)

¹ Bezogen auf das Geschäftsjahr 2019.

Datengetrieben. Automatisiert. Smart.

Henkel arbeitet in seinen Shared Service Centern bereits mit 250 Software-Robotik-Anwendungen. Sie übernehmen zunehmend komplexe Aufgaben, lernen durch künstliche Intelligenz ständig dazu und ermöglichen damit die weitere Automatisierung vieler Prozesse. Täglich werden in unserer Lieferkette rund 1 Milliarde Datenpunkte analysiert. Mit unserem neuen Value Chain Steering Tool verknüpfen wir Daten aus den Bereichen Einkauf, Logistik, Produktion und Vertrieb und kombinieren diese mit Echtzeitanalysen. So können wir in wenigen Sekunden analysieren, wie sich Preisschwankungen oder auch Rohstoffknappheiten auf unsere Lieferketten und Produktionen auswirken können.



Mitarbeiter

Ein internationales und vielfältiges Umfeld mit mehr als 52.000 Mitarbeitern, die in 78 Ländern tätig sind, spannende Aufgaben mit Raum für Unternehmergeist und die volle Verantwortung für eigene Projekte – all das macht Arbeiten bei Henkel aus. Wir setzen auf eine offene, wertschätzende Kultur und unterstützen unsere Mitarbeiter in ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung. Für uns ist Vielfalt ein Wettbewerbsfaktor. Daher fördern wir gezielt die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Mit Erfolg: Bereits mehr als ein Drittel unserer Führungskräfte sind weiblich. Auch das Engagement unserer Mitarbeiter für die Gesellschaft ist uns wichtig, zum Beispiel durch die Beteiligung an sozialen Projekten und Nachhaltigkeitsinitiativen in der ganzen Welt. Wir bieten unseren Mitarbeitern außerdem eine Vielzahl sozialer Leistungen, wie zum Beispiel eine betriebliche Pflegeversicherung oder eine Gesundheitsvorsorge-Versicherung.

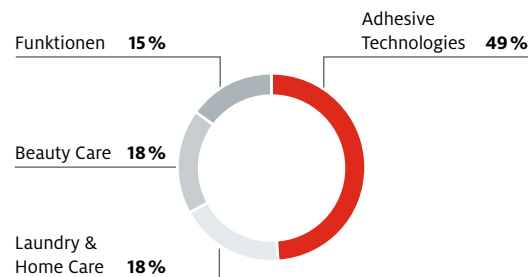
Mitarbeiter

mehr als 52.000

Nationalitäten unserer Mitarbeiter

120

Mitarbeiter nach Organisationseinheiten



Stand: 31.12.2019

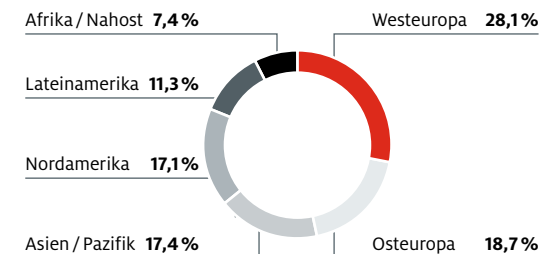
Anteil weiblicher Führungskräfte

35,7 %

Angebot an Online-Kursen für Mitarbeiter

mehr als 9.500

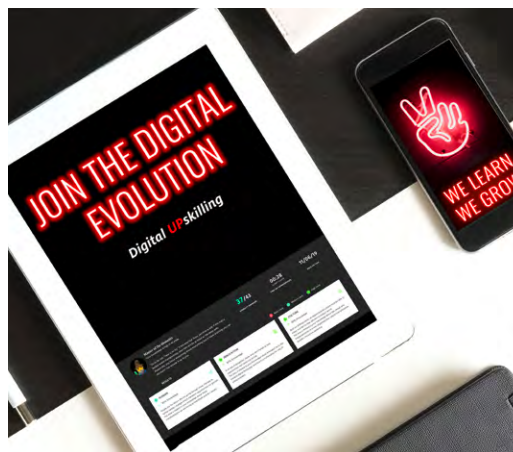
Mitarbeiter nach Regionen



Stand: 31.12.2019

Fit für die digitale Zukunft

Mit der globalen Initiative zur digitalen Weiterbildung (Digital Upskilling) wollen wir allen Mitarbeitern die Fertigkeiten für die Zukunft vermitteln. Im ersten Schritt analysieren wir die Ausgangslage. Dazu gehören spielerische Tests des digitalen Basiswissens unserer Mitarbeiter (Digital BaseFit). Wir definieren außerdem digitale Fähigkeiten, die für bestimmte Jobfamilien wichtig sind (Digital ExpertFit). Die Ergebnisse sind die Grundlage für individuelle Trainings- und Weiterbildungsangebote. Die personalisierten Lernpfade sind auf einer eigenen digitalen Lernplattform zu finden, die für unsere Mitarbeiter überall und jederzeit zugänglich ist. So unterstützen wir unsere Mitarbeiter gezielt in ihrer digitalen Weiterbildung und fördern lebenslanges Lernen.



Nachhaltigkeit

Henkel ist ein Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit. Dieser Anspruch an unser Handeln ist fest in unseren Unternehmenswerten verankert. Wir wissen, dass unsere Stakeholder hohe Erwartungen an uns haben. Sie wollen die Auswirkungen unserer Produktion, Produkte und Leistungen entlang der Wertschöpfungskette verstehen. Unsere langfristige Nachhaltigkeitsstrategie gibt uns dafür einen klaren Rahmen. Wir wollen mit allem, was wir tun, mehr Wert schaffen: für unsere Kunden, Verbraucher, Nachbarn sowie unser Unternehmen – und zugleich unseren ökologischen Fußabdruck verkleinern: durch Innovationen und Partnerschaften mit Lieferanten, Kunden, Geschäftspartnern und Organisationen. Mit Erfolg: Unsere Leistungen und Fortschritte auf diesem Weg werden regelmäßig von internationalen Ratingagenturen anerkannt.

 www.henkel.de/nachhaltigkeit

Ausgezeichnete Performance in Ratings und Rankings



Effizienz insgesamt
verbessert um¹

+56%

Mehr Arbeitssicherheit
pro 1 Mio Arbeitsstunden¹

+42%

Weniger CO₂-Emissionen
pro Tonne Produkt¹

–31%

Plastikmenge aus den Sammel-
centern der Plastic Bank auf Haiti

200 Tonnen

¹ Die Kennzahlen beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2019 im Vergleich zum Basisjahr 2010.

² Mit Ausnahme von Klebstoffprodukten, bei denen Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

Gemeinsam Lösungen für nachhaltige Verpackungen entwickeln

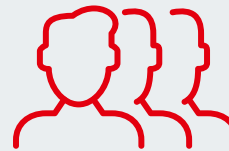
Der Umgang mit Plastikabfällen ist eine globale Herausforderung. Wir sind uns unserer Verantwortung, zu einer Lösung für nachhaltige Verpackungen beizutragen, bewusst. Deshalb wollen wir Verpackungsabfälle verringern, vermeiden und recyceln. Wir setzen dazu auf das Konzept der Kreislaufwirtschaft, beziehen immer mehr Materialien aus nachhaltigen Quellen und wollen den Kreislauf mit intelligenten Verpackungsdesigns schließen. Bis 2025 sollen alle unsere Verpackungen recycelbar oder wiederverwendbar sein.² Wir engagieren uns auch in globalen Partnerschaften wie der „Alliance to End Plastic Waste“ und arbeiten zum Beispiel mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank zusammen, um die Sammlung von Plastikabfall in Entwicklungsländern zu fördern.



Engagement für die Gesellschaft

Gesellschaftliches Engagement ist seit der Firmengründung ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Die Verpflichtung, sich über die Geschäftstätigkeit hinaus für die Gesellschaft einzusetzen, zeigt sich besonders deutlich in der Gründung der Fritz Henkel Stiftung im Jahr 2011. Unser Engagement besteht aus vier Säulen: ehrenamtliches Mitarbeiterengagement, gesellschaftliche Partnerschaften, Markenengagement und Nothilfe. Henkel und die Fritz Henkel Stiftung unterstützen Projekte in den Bereichen Bildung und Wissenschaft, Soziales, Kunst und Kultur, Sport und Gesundheit sowie Ökologie. Bis 2020 wollen wir damit die Lebensqualität von zehn Millionen Menschen verbessern.

 www.henkel.de/spotlight/themenwelten/soziales-engagement



Ehrenamtliches Mitarbeiterengagement

Durch unsere Initiative „MIT Ehrenamt“ unterstützen wir das freiwillige und ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter und Pensionäre.



Markenengagement

Zusätzlich zu dem Engagement von Henkel engagieren sich auch unsere Marken in Partnerschaften mit gesellschaftlichen Initiativen und öffentlichen Einrichtungen weltweit.



Gesellschaftliche Partnerschaften

Durch Partnerschaften fördern wir an Henkel-Standorten weltweit gesellschaftliche Initiativen und öffentliche Einrichtungen.



Nothilfe

Nach Naturkatastrophen bieten wir in enger Zusammenarbeit mit der Fritz Henkel Stiftung unbürokratisch Soforthilfe an.

Einsatz für eine bessere Welt

2019 haben wir rund 2.000 gesellschaftliche Projekte gefördert und dabei mehr als 1.324.000 Menschen erreicht. So haben zum Beispiel unsere Mitarbeiter als Nachhaltigkeitsbotschafter seit 2012 rund 170.000 Schulkinder weltweit besucht und mit ihnen über nachhaltiges Handeln im Alltag gesprochen. Zudem haben wir mit der Schwarzkopf-Initiative „Million Chances“ seit dem Start 2016 rund 125.000 Frauen und Mädchen unterstützt. Bereits seit 1998 fördern wir mit unserer Initiative „MIT Ehrenamt“ (Miteinander im Team) das freiwillige gesellschaftliche Engagement unserer Mitarbeiter und Pensionäre. Die Gesamtsumme aller Spenden lag im letzten Jahr bei rund 8,1 Millionen Euro.



Wollen Sie mehr über Henkel erfahren?

Erfahren Sie mehr über unser Unternehmen:

 www.henkel.de

Unsere Finanzpublikationen:

 www.henkel.de/berichte

Unsere Nachhaltigkeitsberichte:

 www.henkel.de/nachhaltigkeit/berichte

Unser Karriere-Bereich:

 www.henkel.de/karriere

Die Henkel App ist verfügbar für iOS und Android:



Henkel in Social Media



www.linkedin.com/company/henkel



www.twitter.com/henkel_de



www.facebook.com/henkeldeutschland



www.instagram.com/henkel



www.youtube.com/henkel

Spotlight-Magazin

Wie verändert die Digitalisierung unsere Zukunft? Wie können wir einen verantwortungsvollen Umgang mit Plastik fördern? Was bedeutet „New Work“ für einen internationalen Konzern? Entdecken Sie Geschichten, Experteninterviews, Themenwelten und Gastbeiträge in unserem digitalen Magazin.

Neugierig geworden? Besuchen Sie:

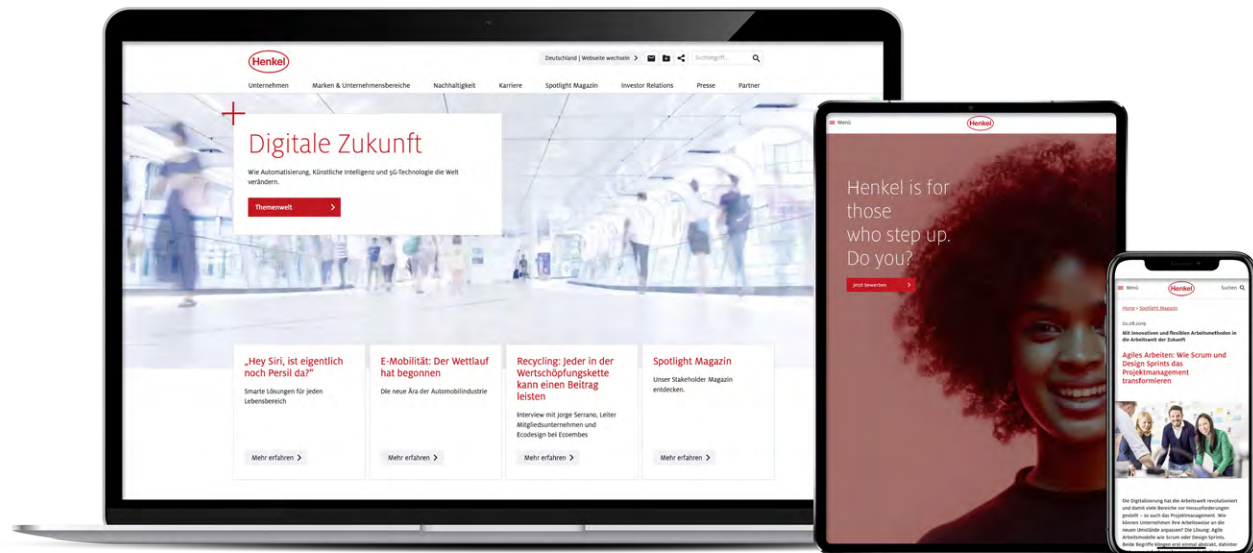
 www.henkel.de/spotlight

Karriere bei Henkel

Egal ob Schüler, Studierende, Berufseinsteiger oder Berufserfahrene: Im Karriere-Bereich auf unserer Webseite finden Sie alle Informationen darüber, wie wir bei Henkel arbeiten, welche spannenden Jobs auf Sie warten und natürlich wie Sie sich bewerben können.

Informieren Sie sich:

 www.henkel.de/karriere



Kontakte

Corporate Communications

Telefon: +49 (0) 211 / 797-35 33

E-Mail: corporate.communications@henkel.com

Investor Relations

Telefon: +49 (0) 211 / 797-39 37

E-Mail: investor.relations@henkel.com

Impressum

Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf

Telefon: +49 (0) 211 / 797-0

© 2020 Henkel AG & Co. KGaA

Druck

Druckpartner, Essen

Design und Realisierung

MPM Corporate Communication Solutions,

Mainz, Düsseldorf

Lektorat

Thomas Krause, Krefeld

PR-Nr.: 03 20 2.000

Verwendete Sammelbezeichnungen wie Mitarbeiter, Aktionäre oder Kunden sind als geschlechtsneutral anzusehen.

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich bei den in dieser Publikation genannten Zeichen um eingetragene Marken der Henkel-Gruppe mit Schutz in Deutschland und in anderen Ländern.

Finanzkalender

Hauptversammlung der

Henkel AG & Co. KGaA 2020:

Montag, 20. April 2020

Veröffentlichung der Mitteilung

über das 1. Quartal 2020:

Montag, 11. Mai 2020

Veröffentlichung des Berichts

über das 2. Quartal / 1. Halbjahr 2020:

Donnerstag, 6. August 2020

Veröffentlichung der Mitteilung

über das 3. Quartal / Dreivierteljahr 2020:

Dienstag, 10. November 2020

Veröffentlichung des Berichts

über das Geschäftsjahr 2020:

Donnerstag, 4. März 2021

Hauptversammlung der

Henkel AG & Co. KGaA 2021:

Freitag, 16. April 2021

