

News Release

20. September 2022

Kapitalmarkt-Tag bei Henkel

Henkel präsentiert erfolgreiche Umsetzung der Agenda für ganzheitliches Wachstum und hebt Umsatzprognose für 2022 an

- Einführung der neuen Organisationsstruktur im Bereich Consumer Brands schneller als geplant
- Anhaltend starke organische Umsatzentwicklung bei Adhesive Technologies
- Ausblick für organisches Umsatzwachstum von Henkel im Geschäftsjahr 2022 angehoben: +5,5 bis +7,5 Prozent (bisher: +4,5 bis +6,5 Prozent)
- Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Consumer Brands gut aufgestellt für zukünftige Umsatz- und Ergebnissteigerung
- Bestätigung der mittel- bis langfristigen finanziellen Ambition

Düsseldorf – Beim heutigen Kapitalmarkt-Tag hat der Vorstand von Henkel gemeinsam die erzielten Erfolge bei der Umsetzung der Agenda für ganzheitliches Wachstum vorgestellt und dabei das Wachstums- und Ertragspotenzial der beiden Unternehmensbereiche, Adhesive Technologies und dem zukünftigen Consumer Brands Bereich, aufgezeigt. Bei der Einführung der neuen Organisationsstruktur liegt Henkel bereits vor dem ursprünglich angekündigten Zeitplan. Darüber hinaus hat Henkel die Umsatzprognose für das Gesamtjahr 2022 angehoben – sowohl für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies, der auch im dritten Quartal sein starkes organisches Umsatzwachstum fortsetzt, als auch für die Henkel-Gruppe.

Im Mittelpunkt des Kapitalmarkt-Tages standen die beiden Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Consumer Brands mit ihrer jeweiligen strategischen Ausrichtung, ihrer technologischen Kompetenz und ihren attraktiven Geschäften mit global führenden Marken.

Zudem wurde die klare Ausrichtung auf Nachhaltigkeit in allen Dimensionen als Erfolgsfaktor für die Umsetzung der ganzheitlichen Wachstumsagenda des Unternehmens bekräftigt – sowohl für die einzelnen Bereiche als auch auf Konzernebene.

Ausblick für organisches Umsatzwachstum für das Geschäftsjahr 2022 angehoben

Neben der Vorstellung der Fortschritte bei der Strategieumsetzung und der Aufstellung der beiden Unternehmensbereiche hat Henkel außerdem seinen **Ausblick für das Gesamtjahr 2022** angehoben.

„Angesichts des nach wie vor starken organischen Umsatzwachstums im Unternehmensbereich Adhesive Technologies haben wir heute den Ausblick für das Gesamtjahr 2022 sowohl für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies als auch für die Henkel-Gruppe aktualisiert. Zudem arbeiten wir weiter mit Nachdruck daran, durch umfassende Maßnahmen die Auswirkungen der drastisch gestiegenen Kosten für Rohstoffe, Logistik und Energie auf unsere Ergebnisentwicklung soweit wie möglich zu kompensieren,“ sagte Henkel-CEO Carsten Knobel.

Auf Konzernebene geht Henkel im Geschäftsjahr 2022 nun von einem **organischen Umsatzwachstum von +5,5 bis +7,5 Prozent** aus (bisher: +4,5 bis +6,5 Prozent). Dabei wird für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies nun eine organische Umsatzentwicklung von +10,0 bis +12,0 Prozent erwartet (bisher: +8,0 bis +10,0 Prozent). Für Beauty Care geht Henkel unverändert von einem organischen Umsatzwachstum von -3,0 bis -1,0 Prozent aus, wesentlich beeinflusst durch die Umsetzung der für 2022 angekündigten Portfoliomaßnahmen. Für den Unternehmensbereich Laundry & Home Care erwartet Henkel wie bisher ein organisches Umsatzwachstum von +4,0 bis +6,0 Prozent.

Die **bereinigte Umsatzrendite (EBIT-Marge)** soll auf Konzernebene unverändert in der Bandbreite von 9,0 bis 11,0 Prozent liegen. Für die Entwicklung **des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie (EPS) bei konstanten Wechselkursen** erwartet Henkel unverändert einen Rückgang in der Bandbreite von -35 bis -15 Prozent.

Konsequente Umsetzung der Agenda für ganzheitliches Wachstum

Henkel verfolgt eine Agenda für ganzheitliches Wachstum und hat dafür einen klaren strategischen Rahmen entwickelt. Die Hauptelemente sind ein erfolgreiches **Portfolio, klare Wettbewerbsvorteile** in den Bereichen **Innovation, Nachhaltigkeit und Digitalisierung** sowie **zukunftsfähige Geschäftsprozesse** aufbauend auf einer starken **Unternehmenskultur**.

Im Jahresverlauf 2022 hat Henkel weiter konsequent an der Umsetzung seiner Wachstumsagenda gearbeitet und in allen Bereichen deutliche Fortschritte erzielt. Mit der Ankündigung, die Bereiche Laundry & Home Care und Beauty Care in einen neuen Unternehmensbereich **Consumer Brands** zusammenzuführen, hebt Henkel seine **Agenda für ganzheitliches Wachstum auf die nächste Stufe**.

Bei der Einführung der neuen Organisationsstruktur von Consumer Brands liegt Henkel in den meisten Regionen vor dem ursprünglich angekündigten Zeitplan. Im Zuge der Zusammenlegung wird Wolfgang König, der im Vorstand aktuell für den Bereich Beauty Care verantwortlich ist und künftig den neuen Bereich leiten wird, ab Oktober 2022 auch die Leitung von Laundry & Home Care übernehmen. Bruno Piacenza, der seit 2011 den Unternehmensbereich Laundry & Home Care verantwortet, scheidet zum Ende September aus dem Vorstand aus. Henkel-CEO Carsten Knobel dankte ihm ausdrücklich für seine großen Verdienste um das Unternehmen in mehr als 30 Jahren Tätigkeit für Henkel.

„Wir haben seit 2020 die Umsetzung unserer strategischen Agenda für ganzheitliches Wachstum erfolgreich und konsequent vorangetrieben, trotz eines außerordentlich schwierigen Umfeldes, das von der Covid-Pandemie und dem Krieg in der Ukraine geprägt ist. Auf dieser Grundlage richten wir den Blick nach vorne. Mit unserem Adhesive Technologies-Geschäft sind wir weltweit führend, bieten innovative Lösungen in einer Vielzahl von Industrien und verfolgen eine klare Ausrichtung auf die Mega-Trends Nachhaltigkeit, E-Mobilität und Konnektivität. Die Zusammenführung der Bereiche Laundry & Home Care und Beauty Care zum neuen Unternehmensbereich Consumer Brands ist für uns ein wichtiger strategischer Schritt. Wir schaffen damit eine global präsente Multikategorie-Plattform mit starken Marken und weltweit führenden Markt- und Kategoriepositionen, um das zukünftige Wachstums- und Margenprofil unserer Konsumentengeschäfte zu steigern. Ich bin überzeugt, dass wir mit unseren beiden starken Säulen, Adhesive Technologies und Consumer Brands, unsere ambitionierten Ziele erreichen und unsere ganzheitliche Wachstumsagenda mit Hochdruck weiter erfolgreich umsetzen werden“, sagte Henkel-CEO Carsten Knobel.

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.

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.kluettelholz@henkel.com

Hanna Philipps

Tel.: +49 211 797 - 3626

E-Mail: hanna.philipps@henkel.com

www.henkel.de/presse

www.henkel.de/ir