

REDE

CARSTEN KNOBEL

VORSITZENDER DES VORSTANDS

Q3-Conference Call – 9. November 2023

Es gilt das gesprochene Wort.



Meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer Telefonkonferenz.

Heute Morgen haben Sie bereits unsere Mitteilung zum dritten Quartal und den ersten neun Monaten 2023 erhalten. Darin gehen wir – wie im ersten und dritten Quartal üblich – auf die Umsatzentwicklung auf Konzernebene, die einzelnen Unternehmensbereiche und Regionen sowie unseren Ausblick für das Gesamtjahr ein.

Ich möchte Ihnen gerne die wichtigsten Aspekte unserer Geschäftsentwicklung erläutern. Im Anschluss beantworten unser Finanzvorstand Marco Swoboda und ich wie immer gerne Ihre Fragen.

Bevor ich über die Entwicklung von Henkel im dritten Quartal spreche, möchte ich aber noch einige Worte zum aktuellen Umfeld sagen.

Wir befinden uns – geopolitisch und wirtschaftlich – weiterhin in einer sehr herausfordernden Situation. Mittlerweile herrscht seit über eineinhalb Jahren in der Ukraine ein furchtbarer Krieg.

Vor einem Monat schockierten uns alle die Terrorangriffe auf Israel und die Geiselnahme unschuldiger Zivilisten. Seitdem verfolgen wir den eskalierenden Konflikt zwischen Israel und der Hamas, der auch für die Zivilbevölkerung in der betroffenen Region viel Leid mit sich bringt.

Es scheint als befinden wir uns seit Anfang der Zweitausend Zwanziger Jahre in einer Abfolge von Krisen mit globalen Auswirkungen, die sich zum Teil überlagern und verstärken. Von der Pandemie über Kriege und Terror bis hin zu den Folgen des Klimawandels. Dazu kommen wirtschaftliche und politische Verwerfungen – von einer dramatisch gestiegenen Inflation, über niedrige Wachstumsraten bis zum Erstarren extremer politischer Positionen, vor allem am rechten Rand.

Damit bleibt auch weltweit die wirtschaftliche Lage insgesamt sehr volatil und unsicher.

Die Situation bei den Energie- und Rohstoffpreisen war und bleibt weiterhin eine große Herausforderung. Hinzu kamen im abgelaufenen Quartal starke negative Wechselkurseffekte, die sich ebenfalls in unseren berichteten Zahlen widerspiegeln.

Für Henkel war es zudem das erste vollständige Quartal, in dem sich die fehlenden Umsätze aus dem Mitte April veräußerten Russland-Geschäft in vollem Umfang ausgewirkt haben.

Das zeigt sich insbesondere bei der Betrachtung der nominalen Entwicklung. Bei der Betrachtung des organischen Wachstums werden ja die Wechselkurseffekte sowie die Akquisitionen oder Divestments herausgerechnet.

Insgesamt blicken wir also auf ein Quartal in einem wechselhaften und schwierigen Umfeld, das wir dennoch sehr gut gemeistert haben. Es zeigt sich, dass wir mit der konsequenten Umsetzung unserer langfristig ausgerichteten Strategie genau auf dem richtigen Weg sind.

So haben wir auch im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2023 unseren Wachstumskurs erfolgreich fortgesetzt. Wir haben einen Konzernumsatz von rund 5,4 Milliarden Euro erzielt. Das organische Wachstum lag bei 2,8 Prozent. Dazu haben wieder beide Unternehmensbereiche beigetragen.

Schauen wir zunächst auf Adhesive Technologies. Trotz der weiterhin verhaltenen Nachfrage in einigen wesentlichen Endmärkten erzielte der Unternehmensbereich im dritten Quartal ein insgesamt positives organisches Umsatzwachstum von rund 1 Prozent. Das Wachstum war durch die Geschäftsfelder Mobilität

& Elektronik und Handwerk, Bau & Gewerbe getragen.

Regional betrachtet, verzeichnete Adhesive Technologies eine gemischte Entwicklung. Während wir in Nordamerika sowie in der Region IMEA und in Lateinamerika den Umsatz organisch steigern konnten, teilweise sogar zweistellig, war die Entwicklung in Europa leicht rückläufig. Auch in der Region Asien/Pazifik lag der Umsatz unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Das war insbesondere auf das weiterhin angespannte Marktumfeld in China zurückzuführen.

Unser Unternehmensbereich Consumer Brands ist seit Anfang dieses Jahres in seiner neuen, integrierten Aufstellung am Markt. Hier konnten wir im dritten Quartal die positive Entwicklung des ersten Halbjahrs fortsetzen – und noch steigern. Wir erzielten mit einem Plus von 6,2 Prozent einen sehr starken organischen Umsatzzuwachs. Getragen durch die beiden globalen Geschäftsfelder Laundry & Home Care und Hair.

Und wir konnten auch in allen Regionen ein positives Umsatzwachstum verzeichnen – bis auf die Region Asien/Pazifik, in der sich die schwächere Marktentwicklung in China bemerkbar machte.

Zurück zur Betrachtung auf Konzernebene. Das Wachstum im dritten Quartal war in beiden Unternehmensbereichen durch eine weiterhin starke Preisentwicklung getrieben. Dabei möchte ich betonen: Vor dem Hintergrund des weiterhin sehr hohen Kostenniveaus sind Preisanpassungen für uns weiterhin wichtig – und notwendig.

Die Absatzvolumen im dritten Quartal waren insgesamt zwar noch rückläufig, zeigten aber gegenüber dem zweiten Quartal schon eine deutliche Verbesserung. Besonders erfreulich ist, dass sich in beiden Unternehmensbereichen die Volumenentwicklung im dritten Quartal gegenüber dem Vorquartal deutlich verbessert hat. Damit haben sich unsere Erwartungen bestätigt. Und für das aktuelle, vierte Quartal gehen wir von einer weiteren sequenziellen Verbesserung aus.

Auch wenn die Quartalsmittelung für das dritte Quartal keine Informationen zu Marge und Gewinn enthält, kann ich dennoch sagen, dass wir im dritten Quartal eine weitere Verbesserung unserer Margen in beiden Geschäftsbereichen sowie eine wesentliche Verbesserung des Free Cashflows verzeichnen konnten. Das erlaubt uns auch, mehr in Marketing und Werbung zu investieren, um unsere Marken – insbesondere in den Konsumentengeschäften – weiter zu stärken.

Diese insgesamt sehr starke Leistung im Jahresverlauf ist der Erfolg unseres globalen Teams, das in diesen schwierigen Zeiten mit großem Engagement zum langfristigen Erfolg von Henkel beiträgt.

Auf der Grundlage der anhaltend starken Entwicklung blicken wir mit Zuversicht auf den weiteren Jahresverlauf und haben heute unsere Prognose für das Gesamtjahr 2023 erneut angehoben.

Dazu trägt auch der gute Start in das vierte Quartal bei, sowohl bei der Umsatzentwicklung wie auch beim Ergebnis. Außerdem wird sich auch die weitere Verbesserung der Absatzvolumen in beiden Geschäftsbereichen im vierten Quartal positiv auswirken.

Wir erwarten nun ein organisches Umsatzwachstum in der Bandbreite von 3,5 bis 4,5 Prozent und eine bereinigte EBIT-Marge zwischen 11,5 und 12,5 Prozent. Das bereinigte EPS wird voraussichtlich zwischen 15 und 25 Prozent wachsen.

Meine Damen und Herren,

die Entwicklung von Henkel in einem fortgesetzt hochvolatilen und herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld ist ein Beleg für unsere Wachstumsagenda und die Stärke unseres diversifizierten Portfolios im Industrie- und Konsumgütergeschäft – mit starken Marken und innovativen Technologien.

Einen wichtigen Schritt zur Stärkung und zur Erweiterung unseres Portfolios im Bereich Adhesive Technologies haben wir gerade vor wenigen Tagen bekanntgegeben: Die erfolgreiche Übernahme von Critica Infrastructure.

Das ist ein spezialisierter Anbieter von innovativen Faserverbund-Lösungen für die Instandsetzung einer Vielzahl industrieller Anwendungen. Damit haben wir unseren Unternehmensbereich Adhesive Technologies um ein attraktives angrenzendes Geschäft erweitert.

Die Akquisition schafft eine Plattform für weiteres Wachstum und erweitert unser Portfolio im Bereich von Wartungs- und Reparaturlösungen.

Wir stärken damit unsere Position in einem auf Nachhaltigkeit ausgerichteten, schnell wachsenden und hochprofitablen Markt. Critica Infrastructure verschafft uns Zugang zu einem neuen Kundenstamm mit mehr als 3.000 führenden Wartungsdienstleistern und Auftragnehmern sowie zertifizierten Technologien für kritische Infrastrukturen. So können wir neue Dienstleistungen anbieten und haben die Möglichkeit, bestehende Produkte und Lösungen auf diese neuen Kunden zu übertragen.

Das übernommene Geschäft wird in diesem Jahr einen Jahresumsatz von rund 100 Millionen Euro erzielen und erreicht ein über dem Markt liegendes Wachstum.

Damit untermauern wir sehr deutlich unseren M&A-Wachstumskurs im Bereich Adhesive Technologies, der seit Jahresanfang unter der neuen Führung von Mark Dorn steht.

Jetzt möchte ich nur kurz auf die Fortschritte eingehen, die wir im Unternehmensbereich Consumer Brands erzielt haben.

Hier kommen wir mit der Zusammenführung sehr gut voran. Von den im ersten Schritt bis Ende 2024 anvisierten Netto-Einsparungen von etwa 250 Millionen Euro werden wir bis Ende 2023 bereits mehr als 80 Prozent realisieren können.

Damit liegen wir ganz klar vor unserem Plan!

Außerdem haben wir die Fokussierung des Portfolios auf margen- und wachstumsstarke Marken und Produkte konsequent fortgesetzt.

Wir hatten letztes Jahr angekündigt, Marken und Produkte mit einem Umsatzvolumen von einer Milliarde Euro zu überprüfen. Mittlerweile haben wir Teile des Portfolios, die einen Umsatz von rund 600 Millionen ausmachen, entweder eingestellt oder veräußert.

Wir richten unsere Ressourcen jetzt strikt auf wachstums- und margenstarke Produkte und Marken aus. Diese unterstützen wir auch sehr konsequent mit erhöhten Marketinginvestitionen.

All diese Maßnahmen tragen bereits Früchte und schlagen sich in einer verbesserten Brutto-Marge nieder, die es uns ermöglicht, mehr in das Geschäft zu reinvestieren und so das profitable Wachstum auf einer gesunden und soliden Basis nachhaltig zu fördern.

Wir werden in den kommenden Quartalen weiter an der Gestaltung eines erfolgreichen Portfolios arbeiten, in Marken und Innovationen investieren und an unserer Lieferkette arbeiten.

Wir sind davon überzeugt, dass sich der Bereich Consumer Brands damit zu einem noch profitableren und schneller wachsenden Geschäft entwickeln wird. Wir sind auf dem besten Weg, das Konsumentengeschäft in den kommenden Jahren wieder auf ein Margenniveau im mittleren Zehnerbereich zu bringen. Vorübergehend nehmen wir dabei auch eine schwächere Mengenentwicklung in Kauf. Aber natürlich ist uns auf längere Sicht auch wichtig, wieder eine entsprechende, positive Volumenentwicklung zu erzielen.

Meine Damen und Herren,

2023 war bisher kein einfaches Jahr. Und wir gehen nicht davon aus, dass sich das in absehbarer Zeit ändern wird. Aber wir haben die Herausforderungen im laufenden Jahr bisher sehr gut gemeistert.

Und ich sehe uns auch weiter gut gerüstet, Henkel durch diese schwierigen Zeiten zu führen und unsere ambitionierten Ziele zu erreichen.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit. Marco und ich beantworten nun gerne Ihre Fragen.

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.