

Quartalsmitteilung Q1 2023

Januar–März

Guter Start in das Geschäftsjahr 2023

Henkel erzielt sehr starkes organisches Umsatzwachstum im ersten Quartal

- **Konzernumsatz legt organisch um 6,6 Prozent auf rund 5,6 Mrd Euro zu, nominal 6,4 Prozent**
- **Wachstum getragen von sehr starker Umsatzsteigerung in beiden Unternehmensbereichen:**
 - Adhesive Technologies mit organischem Wachstum von 6,8 Prozent, nominal 6,1 Prozent
 - Consumer Brands erzielt organischen Umsatzzuwachs von 7,0 Prozent, nominal 7,3 Prozent
- **Ausstieg aus Geschäftsaktivitäten in Russland abgeschlossen**
- **Weitere Fortschritte bei der Umsetzung der strategischen Wachstumsagenda**
- **Ausblick für das Geschäftsjahr 2023 bestätigt**

Düsseldorf, 4. Mai 2023 – Henkel hat im ersten Quartal 2023 den Konzernumsatz auf rund 5,6 Mrd Euro gesteigert. Das sehr starke organische Umsatzwachstum von 6,6 Prozent war durch eine zweistellige Preisentwicklung getrieben, bei gleichzeitig rückläufigem Volumen. Nominal betrachtet stieg der Umsatz um 6,4 Prozent.

„Wir sind gut ins Jahr gestartet – und das in einem unverändert herausfordernden wirtschaftlichen Marktumfeld. Die **sehr starke Umsatzsteigerung** in beiden Unternehmensbereichen zeigt die Stärke unseres Portfolios mit erfolgreichen Marken und innovativen Technologien. Auch im ersten Quartal haben wir unsere Preisanpassungen fortgesetzt, um die Belastungen aus den Rohstoff- und Logistikkosten zu kompensieren“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel. „Wir haben heute unsere **Prognose** für das Jahr 2023 bekräftigt und blicken auf Grundlage der sehr starken organischen Umsatzentwicklung im ersten Quartal zuversichtlich auf das laufende Geschäftsjahr.“

Die sehr starke organische Umsatzsteigerung im Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** wurde im ersten Quartal von allen Geschäftsfeldern getragen. Auch der neue Unternehmensbereich **Consumer Brands** konnte den Umsatz im ersten Quartal in allen Geschäftsfeldern organisch steigern und erreichte ebenfalls ein insgesamt sehr starkes Wachstum.

Umsatzentwicklung nach Unternehmensbereichen

in Mio Euro	Umsatz		+/-	Organisch
	Q1/2022	Q1/2023		
Henkel-Konzern	5.271	5.609	6,4%	6,6%
Adhesive Technologies	2.631	2.791	6,1%	6,8%
Consumer Brands ¹	2.584	2.772	7,3%	7,0%

¹ Vorjahreswert auf Pro-forma-Basis, basierend auf den aggregierten Ergebnissen der Unternehmensbereiche Beauty Care und Laundry & Home Care.

„Zudem haben wir die Umsetzung unserer strategischen Prioritäten mit Nachdruck vorange-
trieben und dabei wichtige Fortschritte erzielt. So bringen wir zum Beispiel im Unternehmens-
bereich Consumer Brands die Integration und Portfolio-Fokussierung konsequent voran, richten
im Unternehmensbereich Adhesive Technologies die Organisationsstruktur noch stärker an
unseren Kunden aus und haben in beiden Geschäften relevante Innovationen erfolgreich auf
den Markt gebracht“, erläuterte Carsten Knobel.

Im Rahmen der Kapitalallokation hatte Henkel außerdem im Jahr 2022 erstmalig ein Aktien-
rückkauf-Programm gestartet und dieses im ersten Quartal 2023 erfolgreich abgeschlossen:
Bis Ende März wurden Aktien im Wert von rund 1 Mrd Euro zurückgekauft.

Am 20. April 2023 hatte Henkel den Abschluss einer Vereinbarung über den **Verkauf der
Geschäftsaktivitäten in Russland** an ein Konsortium von lokalen Finanzinvestoren bekannt-
gegeben. Die Aufgabe seiner russischen Geschäfte hatte das Unternehmen nach dem russischen
Angriff auf die Ukraine im vergangenen Jahr angekündigt. Mittlerweile ist die Transaktion
abgeschlossen, der Verkaufspreis beläuft sich auf 54 Mrd Rubel (rund 600 Mio Euro).

Umsatzentwicklung Konzern

Der **Konzernumsatz** stieg im **ersten Quartal 2023 nominal** um 6,4 Prozent von 5.271 Mio Euro
im Vorjahresquartal auf 5.609 Mio Euro. **Organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und
Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um 6,6 Prozent. Die sehr starke
Umsatzsteigerung auf Konzernebene war preisgetrieben. Akquisitionen und Divestments
minderten den Umsatz um -1,1 Prozent. Wechselkurseffekte wirkten sich mit 0,9 Prozent
leicht positiv auf die Umsatzentwicklung aus.

Umsatzentwicklung Konzern

in Mio Euro	Q1/2022	Q1/2023
Umsatz	5.271	5.609
Veränderung zum Vorjahr	6,1%	6,4%
Wechselkurseffekte ¹	0,2%	0,9%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	5,9%	5,5%
Akquisitionen/Divestments ²	-1,1%	-1,1%
Organisch	7,1%	6,6%
Davon Preis	9,4%	12,0%
Davon Menge	-2,3%	-5,4%

¹ Inklusive der Effekte aus der Anwendung von IAS 29 (Rechnungslegung in Hochinflationsländern) für die Türkei.

² Inklusive der organischen Umsatzentwicklung in Russland seit Beginn des zweiten Quartals 2022 vor dem Hintergrund der angekündigten Aufgabe der dortigen Geschäftsaktivitäten.

Im ersten Quartal lag das organische Umsatzwachstum in der Region **Europa** bei 4,2 Prozent. In der Region **IMEA** legte der Umsatz organisch um 27,8 Prozent zu. In der Region **Nordamerika** steigerten wir den Umsatz organisch um 7,1 Prozent. In **Lateinamerika** erreichten wir ein organisches Umsatzwachstum von 17,6 Prozent. Die organische Umsatzentwicklung in der Region **Asien/Pazifik** lag bei -4,8 Prozent.

Umsatzentwicklung nach Regionen¹

in Mio Euro	Europa	IMEA	Nordamerika	Lateinamerika	Asien/Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz² Januar–März 2023	2.201	563	1.584	411	805	46	5.609
Umsatz ² Januar–März 2022	2.152	529	1.358	338	838	56	5.271
Veränderung gegenüber Vorjahresquartal	2,3%	6,5%	16,6%	21,5%	-4,0%	–	6,4%
Organisch	4,2%	27,8%	7,1%	17,6%	-4,8%	–	6,6%
Anteil am Konzernumsatz 2023	39%	10%	28%	7%	14%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz 2022	41%	10%	26%	6%	16%	1%	100%

¹ Vorjahreswerte der Regionen Europa, IMEA sowie Asien/Pazifik auf Pro-forma-Basis vor dem Hintergrund der angepassten regionalen Berichterstattung.

² Nach Sitz der Gesellschaft.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

Der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies stieg im **ersten Quartal 2023 nominal** um 6,1 Prozent von 2.631 Mio Euro im Vorjahresquartal auf 2.791 Mio Euro. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erreichten wir gegenüber dem ersten Quartal 2022 ein Umsatzwachstum von 6,8 Prozent. Wir erzielten eine zweistellige Preissteigerung, während das Volumen unter dem Niveau des Vorjahresquartals blieb. Wechselkurseffekte erhöhten den Umsatz um 1,1 Prozent, Akquisitionen/Divestments wirkten sich dagegen mit -1,8 Prozent negativ aus.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

in Mio Euro	Q1/2022	Q1/2023
Umsatz	2.631	2.791
Anteil am Konzernumsatz	50%	50%
Veränderung zum Vorjahr	11,6%	6,1%
Wechselkurseffekte ¹	1,6%	1,1%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	10,0%	5,0%
Akquisitionen/Divestments ²	-0,7%	-1,8%
Organisch	10,7%	6,8%
Davon Preis	10,6%	11,4%
Davon Menge	0,1%	-4,6%

¹ Inklusive der Effekte aus der Anwendung von IAS 29 (Rechnungslegung in Hochinflationländern) für die Türkei.

² Inklusive der organischen Umsatzentwicklung in Russland seit Beginn des zweiten Quartals 2022 vor dem Hintergrund der angekündigten Aufgabe der dortigen Geschäftsaktivitäten.

Die sehr starke organische Umsatzsteigerung des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies im ersten Quartal wurde durch alle Geschäftsfelder getragen. Das Geschäftsfeld **Mobilität & Elektronik** erzielte eine zweistellige organische Umsatzentwicklung von 12,6 Prozent. Treiber des Wachstums waren die Bereiche Automobil und Industrie, während sich das Geschäft im Bereich Elektronik aufgrund eines schwierigen Marktumfeldes negativ entwickelte. Das Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** zeigte ein organisches Umsatzwachstum von 1,0 Prozent. Hierbei konnte der Geschäftsbereich Konsumgüter mit einem sehr starken Umsatzwachstum die rückläufige Entwicklung im Bereich Verpackungen überkompensieren. Im Geschäftsfeld **Handwerk, Bau & Gewerbe** wuchs der Umsatz organisch um 7,0 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Hier trugen alle Geschäftsbereiche zum Wachstum bei.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern¹

in Mio Euro	Umsatz			Organisch
	Q1/2022	Q1/2023	+/-	
Adhesive Technologies	2.631	2.791	6,1%	6,8%
Mobilität & Elektronik	851	959	12,6%	12,6%
Verpackungen & Konsumgüter	893	884	-1,0%	1,0%
Handwerk, Bau & Gewerbe	887	948	6,9%	7,0%

¹ Pro-forma-Werte für die Geschäftsfelder vor dem Hintergrund der angekündigten Neuaufstellung der Organisationsstruktur.

Aus regionaler Sicht erzielte Adhesive Technologies in **Europa** ein deutliches organisches Umsatzwachstum. Die rückläufige Entwicklung im Geschäftsfeld Verpackungen & Konsumgüter konnte dabei durch das Wachstum im Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik überkompensiert werden. **Nordamerika** zeigte ebenfalls ein deutliches Umsatzwachstum, das durch das Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik getrieben war. Die Regionen **IMEA** und **Lateinamerika** erzielten eine jeweils zweistellige organische Umsatzsteigerung. In beiden Regionen war dieses Wachstum getragen durch das Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik. Die Region **Asien/Pazifik** verzeichnete dagegen ein rückläufiges Umsatzwachstum, das insbesondere auf die Entwicklung

in China zurückzuführen ist. Hier machte sich das insgesamt angespannte Marktumfeld auch nach dem Ende der dortigen COVID-19-Restriktionen sowie das marktbedingt rückläufige Geschäft im Bereich Elektronik bemerkbar.

Umsatzentwicklung Consumer Brands

Im **ersten Quartal 2023** stieg der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Consumer Brands **nominal** um 7,3 Prozent auf 2.772 Mio Euro. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – lag der Umsatz um 7,0 Prozent über dem Niveau des Vorjahresquartals. Der Unternehmensbereich verzeichnete eine zweistellige Preisentwicklung gegenüber dem ersten Quartal 2022. Das Volumen hingegen war rückläufig, unter anderem bedingt durch Effekte aus Portfoliomaßnahmen. Wechselkurseffekte hatten mit 0,8 Prozent einen positiven Einfluss auf den Umsatz. Akquisitionen/Divestments wirkten sich mit -0,5 Prozent negativ auf den Umsatz aus.

Umsatzentwicklung Consumer Brands¹

in Mio Euro	Q1/2022	Q1/2023
Umsatz	2.584	2.772
Anteil am Konzernumsatz	49%	49%
Veränderung zum Vorjahr	0,1%	7,3%
Wechselkurseffekte ²	-1,1%	0,8%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	1,2%	6,5%
Akquisitionen/Divestments ³	-1,5%	-0,5%
Organisch	2,7%	7,0%
Davon Preis	8,3%	12,7%
Davon Menge	-5,6%	-5,7%

¹ Vorjahreswerte auf Pro-forma-Basis, basierend auf den aggregierten Ergebnissen der Unternehmensbereiche Beauty Care und Laundry & Home Care.

² Inklusive der Effekte aus der Anwendung von IAS 29 (Rechnungslegung in Hochinflationländern) für die Türkei.

³ Inklusive der organischen Umsatzentwicklung in Russland seit Beginn des zweiten Quartals 2022 vor dem Hintergrund der angekündigten Aufgabe der dortigen Geschäftsaktivitäten.

Das Geschäftsfeld **Laundry & Home Care** verzeichnete im ersten Quartal ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum in Höhe von 6,3 Prozent. Dabei erzielte der Bereich Waschmittel eine deutliche organische Umsatzsteigerung, die insbesondere durch ein deutliches Umsatzplus in der Kategorie Universalwaschmittel und ein zweistelliges Wachstum in der Kategorie Spezialwaschmittel getragen wurde. Das gute Wachstum im Bereich Reinigungsmittel war im Wesentlichen getrieben durch eine zweistellige Entwicklung in der Kategorie Geschirrspülmittel. Das organische Umsatzwachstum im Geschäftsfeld **Hair**, das auch das Friseurgeschäft umfasst, betrug 9,9 Prozent. Dabei konnten wir im Konsumentengeschäft ein zweistelliges Wachstum erzielen, das insbesondere durch die Kategorie Haarstyling getrieben war. Das Friseurgeschäft erreichte einen starken organischen Umsatzanstieg.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern¹

in Mio Euro	Umsatz			Organisch
	Q1/2022	Q1/2023	+/-	
Consumer Brands	2.584	2.772	7,3%	7,0%
Laundry & Home Care	1.692	1.789	5,8%	6,3%
Hair	711	811	14,7%	9,9%
Weitere Konsumentengeschäfte	181	171	-7,4%	1,6%

¹ Vorjahreswerte für die Geschäftsfelder auf Pro-forma-Basis, basierend auf den aggregierten Ergebnissen der Unternehmensbereiche Beauty Care und Laundry & Home Care.

Alle Regionen des Unternehmensbereichs Consumer Brands erzielten im ersten Quartal einen organischen Umsatzanstieg. Die Region **Europa** wies im ersten Quartal ein positives organisches Umsatzwachstum aus. Diese Entwicklung wurde im Wesentlichen getrieben durch das Geschäftsfeld Hair, während das Geschäftsfeld Laundry & Home Care unterhalb des Vorjahresquartals lag. Die Region **Nordamerika** erzielte ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum, das durch alle Geschäftsfelder getrieben war. Die Regionen **IMEA** und **Lateinamerika** erzielten jeweils ein zweistelliges organisches Wachstum über alle Geschäftsfelder hinweg. Die Region **Asien/Pazifik** zeigte ein sehr starkes Umsatzwachstum, zu dem alle Geschäftsfelder beitrugen.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 31. Dezember 2022.

Ausblick des Henkel-Konzerns

Der am 7. März 2023 veröffentlichte Ausblick für das Geschäftsjahr 2023 wird bestätigt.

Für das laufende Jahr erwartet Henkel unverändert ein **organisches Umsatzwachstum** zwischen 1,0 und 3,0 Prozent, wobei davon ausgegangen wird, dass beide Unternehmensbereiche in dieser Bandbreite liegen werden. Die **bereinigte Umsatzrendite (bereinigte EBIT-Marge)** wird weiterhin in einer Bandbreite von 10,0 bis 12,0 Prozent erwartet. Hier wird für Adhesive Technologies von einer bereinigten Umsatzrendite zwischen 13,0 und 15,0 Prozent und für Consumer Brands zwischen 7,5 und 9,5 Prozent ausgegangen. Für das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)** wird unverändert von einer Entwicklung in der Bandbreite zwischen -10,0 und +10,0 Prozent bei konstanten Wechselkursen ausgegangen.

Erläuterungen zur angepassten Berichterstattung ab dem ersten Quartal 2023

Ab dem ersten Quartal 2023 stellt Henkel analog zur neuen Organisationsstruktur seine Berichterstattung um und kommentiert künftig die Entwicklung der beiden Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Consumer Brands. Zudem hatte Henkel angekündigt, die Umsatzkenngrößen auf Ebene der Geschäftsfelder zu kommunizieren und somit die Transparenz zu steigern. Konkret berichtet das Unternehmen dabei den Umsatz sowie das nominale und organische Umsatzwachstum. Für den Unternehmensbereich Consumer Brands erfolgt dies für die Geschäftsfelder Laundry & Home Care, Hair sowie Weitere Konsumentengeschäfte. Darüber hinaus optimiert Henkel die Organisationsstruktur innerhalb des Bereichs Adhesive Technologies, um Größen- und Kompetenzvorteile bei gleichzeitig intensiver Kunden- und Marktnähe noch effizienter zu nutzen. Künftig wird der Unternehmensbereich mit den drei Geschäftsfeldern Mobilität & Elektronik, Verpackungen & Konsumgüter sowie Handwerk, Bau & Gewerbe aufgestellt sein. Diese neue Struktur wird bereits in der Berichterstattung zum ersten Quartal 2023 reflektiert und erfolgt damit im Vorgriff auf die vollständige organisatorische Etablierung zum zweiten Quartal 2023.

Zudem wird die regionale Berichterstattung leicht angepasst, um die Verantwortungsstruktur im Management besser zu reflektieren. Ab dem ersten Quartal 2023 kommentiert das Unternehmen die Geschäftsentwicklung in den Regionen Europa, IMEA (Indien, Nahost, Afrika), Nordamerika, Lateinamerika sowie Asien/Pazifik.

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 über 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 Halbjahresberichts 2023:

Donnerstag, 10. August 2023

Veröffentlichung der Quartalsmitteilung Q3 2023:

Donnerstag, 9. November 2023

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

Weitere Informationen mit Download-Material sowie den Link zur Übertragung der Telefonkonferenz finden Sie unter:

www.henkel.de/presse

www.henkel.de/ir