11 maart 2025

Henkel presenteert jaarresultaten voor 2024

**Zeer goede jaarresultaten 2024 tonen succesvolle implementatie van agenda voor Doelgerichte Groei**

* **Sterke bedrijfsprestaties in boekjaar 2024:**
  + **Omzet: 21,6 miljard euro, goede organische groei van 2,6 procent**
  + **Bedrijfsresultaat (EBIT)\*: 3,1 miljard euro, zeer significante stijging van 20,9 procent**
  + **EBIT-marge\*: 14,3 procent, uitstekende verbetering met 240 basispunten**
  + **Winst per preferent aandeel (EPS)\* aanzienlijk hoger: 5,36 euro, +25,1 procent tegen constante wisselkoersen**
  + **Sterke vrije kasstroom van 2,4 miljoen euro**
* **Verhoging dividend met tweecijferig percentage voorgesteld: 2,04 euro per preferent aandeel (+10,3 procent)**
* **Besluit tot nieuwe aandeleninkoop van maximaal 1 miljard euro**
* **Verdere vooruitgang bij de implementatie van agenda voor Doelgerichte Groei:** 
  + **Consumer Brands: Integratie sneller dan gepland, portfoliomaatregelen afgerond, volledige besparingen al te realiseren tegen eind 2025**
  + **Adhesive Technologies: Nieuwe structuur geïmplementeerd in 2023 werpt vruchten af**
  + **Ambitieuze klimaatbeschermingsdoelen: net-zero stappenplan ontwikkeld**
* **Vooruitzichten voor het boekjaar 2025: Klaar voor verdere omzet- en nettogroei – met langzame start van het jaar en versnelling in de loop van het jaar**
  + **Autonome omzetgroei: 1,5 tot 3,5 procent**
  + **EBIT-marge\*: 14,0 tot 15,5 procent**
  + **Winst per preferent aandeel (EPS)\*: Stijging van lage tot hoge enkelcijferige percentages (tegen constante wisselkoersen)**

**Düsseldorf – “Het boekjaar 2024 werd opnieuw gekenmerkt door grote uitdagingen en veel economische onzekerheden. Toch heeft Henkel het afgelopen jaar consequent vooruitgang geboekt en belangrijke mijlpalen bereikt of zelfs overtroffen. Bovenal tonen de zeer goede bedrijfsresultaten voor 2024 de succesvolle implementatie van onze agenda voor Doelgerichte Groei,” zei Henkel CEO Carsten Knobel. “In 2024 realiseerden we een goede organische omzetgroei en verbeterden we onze winstgevendheid zeer significant – met een uitstekende margestijging van 2,4 procentpunten, ondersteund door een uitstekende ontwikkeling van de brutomarge, en met een buitengewone stijging van de winst per preferent aandeel van 25 procent. De gerichte verbetering van de waarde van onze producten voor klanten en consumenten was een belangrijke motor achter onze winstverbetering. Daarnaast droegen besparingen als gevolg van de integratie van Consumer Brands en de aangekondigde maatregelen om de portfolio te optimaliseren bij aan deze sterke resultaten.”**

**“Tegelijkertijd was het erg belangrijk dat we ons sterk bleven richten op investeringen in onze activiteiten en toekomstige groei – bijvoorbeeld door meer marketingactiviteiten in onze consumentenbusiness en succesvolle innovaties in beide divisies. We willen onze aandeelhouders laten delen in de succesvolle ontwikkeling van het bedrijf. Daarom zullen we op de Jaarlijkse Algemene Vergadering een tweecijferige procentuele verhoging van het dividend voorstellen. We hebben ook besloten een nieuw aandeleninkoopprogramma te implementeren met een volume tot een miljard euro,” vervolgt Carsten Knobel.**

**“De resultaten van het afgelopen jaar tonen duidelijk aan dat de transformatie van Henkel succesvol verloopt en dat we, met onze strategische agenda voor Doelgerichte Groei, op de juiste weg zijn om het bedrijf zo goed mogelijk te positioneren voor de toekomst”, vat Carsten Knobel samen. “Dit wordt ook weerspiegeld in de vooruitzichten voor het boekjaar 2025, waarin we een verdere omzet- en winstgroei verwachten ondanks een ondernemingsklimaat dat uitdagend blijft. Ik wil alle medewerkers van Henkel bedanken voor hun uitstekende prestaties. Dankzij hun teamwerk en buitengewone inzet hebben we ons bedrijf opnieuw met succes door een uitdagend jaar geloodst.”**

**Vooruitzichten 2025**

Na een gematigd groeimomentum in 2024 wordt verwacht dat de wereldwijde economische output in 2025 opnieuw gematigd zal zijn. Dit veronderstelt een gematigde toename van zowel de industriële vraag als de consumentenvraag in de belangrijkste gebieden van de consumentenbusiness voor Henkel. Bovendien wordt op basis van de huidige schattingen verwacht dat de wereldwijde inflatie in het boekjaar 2025 verder zal afnemen in vergelijking met voorgaande jaren, terwijl ook de rentevoeten naar verwachting zullen dalen.

Met betrekking tot de prijzen voor directe materialen verwacht Henkel een stijging in het lage tot gemiddelde enkelcijferige percentage ten opzichte van het jaargemiddelde van 2024. De omrekening van verkopen in vreemde valuta zal naar verwachting een neutraal tot negatief effect hebben in het lage enkelcijferige percentagebereik.

Bovendien wordt verwacht dat de volatiliteit en onzekerheid met betrekking tot de algemene macro-economische en geopolitieke omgeving het hele jaar door hoog zullen blijven.

Op basis van deze veronderstellingen verwacht Henkel **een organische omzetgroei** tussen 1,5 en 3,5 procent in het boekjaar 2025. Er wordt een organische groei tussen 2,0 en 4,0 procent verwacht voor de divisie Adhesive Technologies en tussen 1,0 en 3,0 procent voor Consumer Brands. Het **aangepaste rendement op de omzet (aangepaste EBIT-marge)** ligt naar verwachting tussen 14,0 en 15,5 procent. Voor Adhesive Technologies wordt een aangepast rendement op omzet verwacht tussen 16,0 en 17,5 procent en voor Consumer Brands tussen 13,5 en 15,0 procent. Voor de **aangepaste winst per preferent aandeel (EPS)** tegen constante wisselkoersen wordt een stijging tussen lage en hoge enkelcijferige percentages verwacht.

Daarom wordt een langzamere start van het jaar verwacht. Er wordt echter ook verwacht dat de autonome omzetgroei in de loop van het jaar zal versnellen, wat zal leiden tot een sterkere tweede helft van het boekjaar 2025 in vergelijking met de eerste helft. Dit geldt voor beide divisies. De redenen hiervoor zijn de huidige uitdagende industriële omgeving en de gematigde marktgroei en consumentenvertrouwen in sommige van onze markten, vooral in Noord-Amerika.

Bij **Consumer Brands** moet rekening in de vergelijking worden gehouden met een hoge organische omzetgroei tegenover het voorgaande jaar, met name als gevolg van de sterke lancering van innovatieve producten in de eerste helft van 2024. In 2025 zullen de innovatielanceringen meer gericht zijn op de tweede helft van 2025. Daarnaast zullen eenmalige operationele onderwerpen in onze toeleveringsketen in verband met de afronding van de 1-1-1 benadering en promotionele fasering ook ervoor zorgen dat de autonome omzetgroei en volumes in Q1 lager zullen zijn dan vorig jaar. Voor Q1 wordt een autonome omzetgroei verwacht tussen -2 en -4 procent, terwijl de prijszetting naar verwachting positief zal zijn. Voor heel 2025 wordt een positieve autonome omzetgroei verwacht, gedreven door zowel volume als prijs.

Voor het volledige jaar 2025 wordt een verdere verbetering van de marge en dus van de winstgevendheid ten opzichte van het voorgaande jaar verwacht voor beide divisies en dus voor de Groep. De ontwikkeling in de eerste twee maanden van het boekjaar 2025 laat zien dat Henkel en beide divisies goed op weg zijn.

**Groepsomzet en winst in boekjaar 2024**

De **omzet** van de Henkel Group bereikte 21.586 miljoen euro in het boekjaar 2024, een nominale stijging van 0,3 procent in vergelijking met het voorgaande jaar. Wisselkoerseffecten hadden een negatieve impact van -1,8 procent op de omzet. Gecorrigeerd voor deze wisselkoerseffecten bedroeg de omzetgroei 2,1 procent. Overnames/desinvesteringen hadden een licht negatief effect van -0,4 procent op de omzet, wat voornamelijk het gevolg was van de verkoop van onze bedrijfsactiviteiten in Rusland in 2023. De **organische omzetgroei**, dat wil zeggen gecorrigeerd voor wisselkoerseffecten en acquisities/desinvesteringen, liet een goede ontwikkeling zien van 2,6 procent. Dit was te danken aan zowel goede prijs- als volumeontwikkelingen.

De divisie **Adhesive Technologies** realiseerde een goede organische omzetgroei van 2,4 procent, vooral aangedreven door de bedrijfstak Mobility & Electronics. De divisie **Consumer Brands** behaalde een sterke autonome omzetgroei van 3,0 procent, vooral dankzij de bedrijfseenheid Hair.

Het **aangepaste bedrijfsresultaat (aangepaste EBIT)** steeg aanzienlijk met 20,9 procent tot 3.089 miljoen euro (vorig jaar: 2.556 miljoen euro).

Het **aangepaste rendement op de omzet** **(aangepaste EBIT-marge)** was in het boekjaar 2024 ook aanzienlijk hoger op jaarbasis en bedroeg 14,3 procent (2023: 11,9 procent).

De **aangepaste winst per preferent aandeel** steeg aanzienlijk met 23,2 procent tot 5,36 euro (vorig jaar: 4,35 euro). Tegen constante wisselkoersen steeg de aangepaste winst per preferent aandeel met 25,1 procent.

Het **netto werkkapitaal** als percentage van de omzet bedroeg 3,0 procent, een lichte stijging ten opzichte van vorig jaar (2023: 2,6 procent).

De **vrije kasstroom** bedroeg 2.362 miljoen euro, een daling ten opzichte van vorig jaar (2023: 2.603 miljoen euro), die positief werd beïnvloed door een normalisatie van het netto werkkapitaal.

De **netto financiële positie** lag met -93 miljoen euro iets onder het niveau van vorig jaar, met name door betalingen voor overnames (31 december 2023: 12 miljoen euro).

De Raad van Bestuur, de Raad van Commissarissen en de Aandeelhouderscommissie zullen de Algemene Vergadering van Aandeelhouders op 28 april 2025 een **dividendverhoging** van 10,3 procent voorstellen ten opzichte van het voorgaande jaar, ten bedrage van 2,04 euro per preferent aandeel en 2,02 euro per gewoon aandeel (+10,4 procent). Dit komt neer op een uitbetalingsratio van 37,9 procent, wat binnen de beoogde bandbreedte van 30 tot 40 procent ligt. De verhoging van het dividend is mogelijk dankzij de zeer goede financiële prestaties in het afgelopen boekjaar en de sterke financiële basis van de Henkel Group.

**Prestaties per divisie in boekjaar 2024**

De **omzet** van de divisie **Adhesive Technologies** bedroeg 10.970 miljoen euro in het boekjaar 2024 en steeg nominaal met 1,7 procent op jaarbasis. Terwijl wisselkoerseffecten een negatief effect van -1,8 procent hadden, verhoogden overnames/desinvesteringen de omzet met 1,1 procent. **Autonoom** steeg de omzet met 2,4 procent. Deze omzetgroei was vooral te danken aan een sterke volumeontwikkeling in de tweede helft van het jaar vergeleken met het voorgaande jaar, voornamelijk door de toegenomen vraag in enkele belangrijke eindmarkten. De prijzen bleven gelijk in vergelijking met het voorgaande jaar. Met 1.817 miljoen euro liet de **aangepaste bedrijfswinst** een tweecijferige procentuele stijging zien op jaarbasis, een nieuw hoogtepunt voor de divisie. Het **aangepaste rendement op omzet** steeg aanzienlijk op jaarbasis met 190 basispunten tot 16,6 procent.

De **omzet** van de divisie **Consumer Brands** bedroeg in het verslagjaar 10.467 miljoen euro, nominaal -0,9 procent lager dan vorig jaar. Wisselkoerseffecten verlaagden de omzet met -1,8 procent. Acquisities/desinvesteringen hadden ook een negatief effect van -2,0 procent op de omzet, waarbij de verkoop van onze bedrijfsactiviteiten in Rusland in april 2023 de belangrijkste oorzaak bleef. **Autonoom** steeg de omzet met 3,0 procent. Deze omzetgroei was te danken aan een zeer sterke prijsontwikkeling, terwijl de volumes daalden als gevolg van de voortdurende maatregelen om de portfolio te optimaliseren. De **aangepaste bedrijfswinst** bedroeg 1.419 miljoen euro, aanzienlijk meer dan vorig jaar (1.115 miljoen euro). Het **aangepaste rendement op omzet** kwam uit op 13,6 procent en steeg daarmee aanzienlijk met 300 basispunten ten opzichte van het voorgaande jaar.

**Grote vooruitgang in transformatie**

De afgelopen jaren heeft Henkel op veel gebieden diepgaande veranderingen doorgevoerd en consequent zijn strategische agenda voor Doelgerichte Groei uitgevoerd. De belangrijkste drijfveren voor duurzaam succes op lange termijn zijn de bereidheid en vastberadenheid om voortdurend te transformeren. Het doel is een duurzame verbetering van de resultaten. Om dit te bereiken moet het bedrijf voortdurend veranderen en zich verder ontwikkelen. En dit gebeurt op alle gebieden.

**Consumer Brands: Fusie verloopt sneller dan gepland**

De verandering die wellicht het belangrijkste is in de recente geschiedenis van Henkel is de fusie van de bedrijfseenheden in consumentengoederen tot de divisie **Consumer Brands**, die begin 2022 werd aangekondigd. Sindsdien is er veel gebeurd. De divisie is operationeel in zijn nieuwe opzet sinds begin 2023, en de positieve ontwikkelingen werden al duidelijk in dat jaar. In het afgelopen boekjaar 2024 werd duidelijk dat onze beslissing om de voorheen afzonderlijke bedrijfseenheden in consumentenproducten samen te voegen tot één platform de juiste was.

De integratie van de divisie Consumer Brands is veel sneller verlopen dan eerst gepland: zowel op het gebied van teamintegratie, herstructurering van de portefeuille als het bereiken van synergieën. De eerste fase van de integratie, die voornamelijk bestond uit het samenvoegen van de verkoop- en marketingteams, werd in 2024 afgerond. In de tweede fase, die sinds 2023 loopt, zullen de volledige kostenbesparingen door het verbeteren van de toeleveringsketen, d.w.z. de productienetwerken en toeleveringsketens, naar verwachting tegen eind 2025 worden gerealiseerd.

Tegelijkertijd richt de divisie Consumer Brands zich consequent op sterke merken en bedrijfseenheden met hoge brutomarges en leidende posities in markten en categorieën. De positieve effecten van de focus op sterke groei en merken en bedrijfseenheden met hoge marges werpen hun vruchten af: De top tien merken binnen Consumer Brands, die in 2024 goed waren voor meer dan de helft van de omzet, realiseerden een zeer sterke autonome groei, samen met een positieve volumegroei.

**Verdere ontwikkeling van de divisie Adhesive Technologies**

De divisie **Adhesive Technologies** boekte ook aanzienlijke vooruitgang in het boekjaar met over het algemeen goede bedrijfsprestaties. Deze divisie biedt ongeveer 20.000 producten en oplossingen aan meer dan 100.000 klanten wereldwijd in meer dan 800 industriesegmenten. Deze breedte en diepte van het portfolio, gecombineerd met een wereldwijde aanwezigheid en de expertise in het ontwikkelen van klantgerichte oplossingen, maken Henkel uniek op de markt en stellen het bedrijf in staat om zijn wereldwijd toonaangevende marktpositie verder uit te breiden. Met zijn drie bedrijfseenheden - Mobility & Electronics, Packaging & Consumer Goods, en Craftsman, Construction and Professional - richt Adhesive Technologies zich op belangrijke toekomstige trends. Deze omvatten e-mobiliteit en connectiviteit, dat wil zeggen de toenemende interconnectiviteit van systemen, evenals duurzaamheid.

De gestroomlijnde structuur van de bedrijfseenheden, deels met nieuwe leiderschapsteams, en de consistente focus op de trends van morgen droegen opnieuw bij aan de succesvolle ontwikkeling van de divisie in het uitdagende jaar 2024.

**Verdere vooruitgang voor alle strategische prioriteiten**

In een uitdagende macro-economische en geopolitieke omgeving bleef Henkel zijn groeistrategie consistent implementeren in het afgelopen boekjaar en boekte het belangrijke vooruitgang op alle gebieden. Het bedrijf heeft zijn activiteiten- en merkenportfolio verder ontwikkeld, zijn concurrentievoordeel op het gebied van innovatie, duurzaamheid en digitalisering versterkt, zijn bedrijfsmodellen geoptimaliseerd en zijn bedrijfscultuur versterkt.

Als onderdeel van zijn **actieve portfoliobeheer** heeft Henkel zijn portfolio verder ontwikkeld door activiteiten stop te zetten of af te stoten, maar ook door overnames. Met de verkoop van de bedrijfseenheid Retailer Brands in Noord-Amerika eerder dit jaar, heeft Henkel zijn portfoliomaatregelen afgerond. Deze werden aangekondigd bij de start van de fusie van de voorheen afzonderlijke consumententakken. De Retailer Brands activiteiten zijn geïdentificeerd als niet-kernactiviteit binnen de divisie Consumer Brands, omdat het potentieel om synergieën te benutten en de toekomstige strategische fit met het geïntegreerde Consumer Brands platform beperkt zijn. Met inbegrip van deze transactie heeft Henkel sinds begin 2022 merken en activiteiten afgestoten of stopgezet die een totale omzet van iets meer dan 1 miljard euro vertegenwoordigen.

Actief portfoliomanagement omvat ook het versterken en uitbreiden van het portfolio door middel van **acquisities**: Begin 2024 nam Henkel het bekende haarverzorgingsmerk Vidal Sassoon in China over. Deze acquisitie is een perfecte aanvulling op het lokale portfolio van Consumer Brands in China en dekt het premiumsegment in de detailhandel. Het Vidal Sassoon merkportfolio bedient voornamelijk het premium haarverzorgingssegment met shampoos en conditioners, maar omvat ook producten gerelateerd aan styling en haarverzorgingsbehandelingen.

Henkel investeerde ook in overnames om zijn portfolio uit te breiden binnen de divisie Adhesive Technologies, door de overname van het in de VS gevestigde bedrijf Seal for Life Industries. Dit bedrijf levert beschermende coatings en afdichtingsoplossingen voor infrastructuur in sectoren zoals hernieuwbare energie, gas en water. Deze overname is een aanvulling op de aankoop in 2023 van Critica Infrastructure, een bedrijf dat ook gespecialiseerd is in onderhoud en reparatie van infrastructuur. Met deze overnames hebben we ons bestaande portfolio uitgebreid in de aantrekkelijke en veelbelovende onderhouds-, reparatie- en revisiebusiness, waardoor we een platform hebben gecreëerd voor verdere groei.

In 2024 bracht Henkel talrijke **innovaties** op de markt die inspelen op belangrijke trends en waarde creëren voor klanten en consumenten. Voor de divisie Adhesive Technologies werd vorig jaar op het hoofdkantoor een ultramodern testcentrum voor batterijen geopend, dat rechtstreeks verbonden is met het grootste wereldwijde innovatiecentrum van de divisie, het Inspiration Center Düsseldorf.

Met dit nieuwe testcentrum breidt Henkel zijn capaciteiten in het e-mobiliteitssegment aanzienlijk uit en versterkt het zijn positie als toonaangevende ontwikkelings- en innovatiepartner voor autofabrikanten en accufabrikanten.

Een voorbeeld van innovatie in de divisie Consumer Brands is de nieuw ontwikkelde enzymtechnologie voor Perwoll, die niet alleen textiel verzorgt, maar ook helpt de kleuren van kleding te behouden. Het vernieuwingseffect op de vezels is al na tien wasbeurten zichtbaar en bevordert dus de levensduur van textiel.

Daarnaast heeft Henkel **duurzaamheid** verder verankerd in het bedrijf en zijn betrokkenheid op dit gebied geïntensiveerd. Hiervoor heeft Henkel een net-zero stappenplan ontwikkeld, met uitgebreide doelstellingen om uitstoot in de hele waardeketen te verminderen. Het bedrijf wil een bindende bijdrage leveren aan het beperken van de opwarming van de aarde tot 1,5 °C, zoals overeengekomen in het Klimaatakkoord van Parijs. Het stappenplan van Henkel, dat ook is gevalideerd door het Science Based Targets initiatief, schetst wat het bedrijf doet om net-zero broeikasgasemissies te bereiken tegen 2045. Dit omvat een breed scala aan maatregelen in de hele waardeketen. Bovendien werd Henkel het eerste bedrijf in de DAX-index dat wereldwijd een genderneutraal ouderschapsverlof invoerde - met volledige salariscompensatie. Deze stap werd met zeer positieve reacties ontvangen van zowel werknemers als het publiek.

Henkel heeft ook verdere vooruitgang geboekt op het gebied van **digitalisering**. In 2024 was de snelle vooruitgang op het gebied van kunstmatige intelligentie (AI) een belangrijk onderwerp. Bij Henkel is AI al enkele jaren een integraal onderdeel van de digitale strategie. AI wordt bijvoorbeeld gebruikt in procesautomatisering, in het ontwikkelingslaboratorium voor lijm, in de virtueel verbonden productielocaties wereldwijd, in autonome robots in productiefaciliteiten en in het gebruik van chatbots op de merkwebsites van Henkel. In 2024 heeft de digitale eenheid, Henkel dx, zijn interne structuren verder geoptimaliseerd, zijn digitale expertise versterkt en een cultuur van open innovatie bevorderd. Bovendien haalt Henkel voordeel uit zijn strategische partnerschappen met toonaangevende wereldwijde digitale bedrijven zoals SAP, Microsoft en Adobe. Dankzij deze samenwerkingen kan Henkel geavanceerde technologieën integreren in zijn digitale platforms en projecten. Door digitale innovaties te versnellen, zijn platformstrategie te verfijnen en de cross-functionele samenwerking tussen alle divisies en functies te verbeteren, heeft Henkel zijn IT-efficiëntie aanzienlijk verbeterd.

Als onderdeel van zijn groeistrategie op lange termijn stemt Henkel zijn divisies voortdurend af op de vereisten van de dynamische markten en veranderende klantverwachtingen om succes op lange termijn te behalen met **operationele modellen die klaar zijn voor de toekomst**. Dit omvat ook het continu verbeteren van bedrijfsprocessen in het hele bedrijf.

Een voorbeeld hiervan is de oprichting van een wereldwijd technologiecentrum in Bangalore, India, waar al meer dan 500 IT-experts werken aan een volledig geïntegreerde interne digitale hub. Hiermee verhoogt Henkel zijn kostenefficiëntie en vergroot het zijn interne expertise. Een verdere uitbreiding van het technologiecentrum is gepland voor de komende jaren. Henkel heeft ook zijn venture activiteiten onder één dak geconsolideerd. Ter gelegenheid van de migratie naar S/4Hana in de jaren 2025 tot 2028, zal Henkel ook evalueren hoe het zijn structuren en processen wendbaarder en flexibeler kan maken. In deze context wordt bijvoorbeeld overwogen om aparte juridische entiteiten op te richten voor de twee bestaande divisies, te beginnen in Duitsland, stap voor stap gevolgd - waar van toepassing - in geselecteerde grote landen. Het strategisch en operationeel management van de Groep en haar divisies zal ongewijzigd blijven. Dit is bedoeld om zowel de toekomstige behoeften van de bedrijven als de groei-agenda van Henkel te ondersteunen.

Henkel heeft het afgelopen jaar ook zijn **bedrijfscultuur** verder versterkt. Het Accelerate Cultural Transformation (ACT)-initiatief, dat in 2023 werd gelanceerd, werd met succes voortgezet in de hele wereldwijde organisatie. Dit initiatief bevordert een diepere dialoog en een sterkere band binnen de teams. Vorig jaar richtte het ACT-initiatief zich op het geven van en open omgaan met constructieve feedback. Een cultuur van samenwerking is nauw verbonden met het bevorderen van diversiteit, gelijkheid en inclusie. Om diversiteit verder te bevorderen, volgt Henkel een strategie gebaseerd op drie pijlers. Ten eerste, bewustmaking via verschillende formats, zoals campagnes en evenementen. Ten tweede, het versterken van inclusief gedrag door middel van trainingsprogramma's voor leiders en werknemers. En ten derde, het voortdurend verbeteren van structurele voorwaarden, zoals het aanbieden van programma's die de balans tussen werk en privéleven ondersteunen en structurele barrières wegnemen.

Een van de ambities van Henkel is het bereiken van gendergelijkheid op alle managementniveaus tegen het einde van 2025. Op dit moment wordt ongeveer 42 procent van de managementposities bij Henkel wereldwijd bekleed door vrouwen.

“Het boekjaar 2024 was een zeer succesvol en belangrijk jaar voor Henkel. We hebben onze financiële doelstellingen gehaald, die we in de loop van het jaar twee keer hebben verhoogd. We hebben onze strategische groeiagenda consequent doorgevoerd in alle strategische dimensies en onze transformatie vastberaden en succesvol voortgezet. We zijn op de goede weg en de transformatie van ons bedrijf toont tastbare resultaten. Met een duidelijke strategie, een sterk team en een unieke bedrijfscultuur zijn we goed voorbereid op de toekomst,” vat Carsten Knobel samen.

*DIT DOCUMENT IS EEN VERTALING VAN DE ORIGINELE, ENGELSE VERSIE.*

**Over Henkel**

Met zijn merken, innovaties en technologieën heeft Henkel wereldwijd toonaangevende marktposities in de industriële en consumentenmarkt. De divisie Adhesive Technologies is wereldleider op de markt voor kleefstoffen, dichtingsmiddelen en functionele coatings. Met Consumer Brands heeft het bedrijf leidende posities vooral in wasmiddelen & huishoudproducten en haarverzorging in vele markten en categorieën over de hele wereld. De drie sterkste merken van het bedrijf zijn Loctite, Persil en Schwarzkopf. In het boekjaar 2023 rapporteerde Henkel een omzet van meer dan 21,5 miljard euro en een aangepast bedrijfsresultaat van ongeveer 2,6 miljard euro. De preferente aandelen van Henkel staan genoteerd in de Duitse aandelenindex DAX. Duurzaamheid heeft een lange traditie bij Henkel en het bedrijf heeft een duidelijke strategie met specifieke doelstellingen. Henkel werd opgericht in 1876 en stelt vandaag een divers team van ongeveer 48.000 mensen wereldwijd tewerk - verenigd door een sterke bedrijfscultuur, gedeelde waarden en een gemeenschappelijk doel: "Pioneers at heart for the good of generations". Meer informatie op www.henkel.com

Dit document bevat verklaringen die verwijzen naar toekomstige bedrijfsontwikkelingen, financiële prestaties en andere gebeurtenissen of ontwikkelingen die in de toekomst van belang kunnen zijn voor Henkel. Toekomstgerichte verklaringen worden gekenmerkt door het gebruik van woorden zoals verwachten, bedoelen, plannen, anticiperen, geloven, schatten en gelijkaardige termen. Dergelijke verklaringen zijn gebaseerd op huidige schattingen en veronderstellingen van het management van Henkel AG & Co. KGaA. Deze verklaringen mogen op geen enkele manier worden geïnterpreteerd als een garantie dat deze verwachtingen accuraat zullen blijken. De toekomstige prestaties en resultaten die Henkel AG & Co. KGaA en haar dochterondernemingen zijn afhankelijk van een aantal risico's en onzekerheden en kunnen daarom wezenlijk verschillen (zowel positief als negatief) van de toekomstgerichte verklaringen. Veel van deze factoren liggen buiten Henkels controle en kunnen niet op voorhand nauwkeurig worden ingeschat, zoals de toekomstige economische omgeving en de acties van concurrenten en anderen die betrokken zijn bij de markt. Henkel is niet van plan, noch verplicht zich tot het updaten van forward-looking statements.

Dit document bevat aanvullende financiële indicatoren die niet duidelijk gedefinieerd zijn in het toepasselijke financiële rapporteringskader en die alternatieve prestatiemaatstaven zijn of kunnen zijn. Deze aanvullende financiële indicatoren mogen niet afzonderlijk of als alternatief worden beschouwd voor de maatstaven van Henkels netto activa en financiële positie of bedrijfsresultaten zoals gepresenteerd in overeenstemming met het toepasselijke financiële rapporteringsraamwerk in de Geconsolideerde Jaarrekening. Andere bedrijven die gelijkaardige alternatieve prestatiemaatstaven rapporteren of beschrijven, kunnen deze op een andere manier berekenen.

Dit document is enkel bedoeld voor informatieve doeleinden en is niet bedoeld als beleggingsadvies of een aanbod om effecten te verkopen of een uitnodiging tot het doen van een aanbod om effecten te kopen.