

**Statement von Carsten Knobel,
Vorstandsvorsitzender von Henkel**
Conference Call – 29. April 2022, 11.30 Uhr

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer Telefonkonferenz.

Vielen Dank, dass Sie sich so kurzfristig Zeit genommen haben und sich einwählen konnten.

Sie haben heute Morgen bereits unsere Mitteilung zu den vorläufigen Umsatzzahlen des ersten Quartals und zur neuen Prognose für das Gesamtjahr 2022 erhalten.

Ich möchte Ihnen dazu gerne noch einige Erläuterungen geben, bevor unser Finanzvorstand Marco Swoboda und ich dann gerne Ihre Fragen beantworten.

Meine Damen und Herren,

wir konnten einen sehr erfreulichen **Quartalsumsatz** in Höhe von 5,3 Milliarden Euro erzielen. Das entspricht einem deutlichen organischen Umsatzwachstum von 7,1 Prozent. Damit haben wir die Markterwartungen von 4,3 Prozent klar übertroffen.

Die positive Umsatzentwicklung war vor allem durch eine starke Preisentwicklung getrieben, bei gleichzeitig leicht rückläufigem Volumen.

Das stärkste Wachstum erzielte der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** mit einem Plus von 10,7 Prozent.

Im **Bereich Beauty Care** war die organische Umsatzentwicklung mit -1,2 Prozent leicht rückläufig. Der Rückgang war im Wesentlichen bedingt durch die begonnene und geplante Umsetzung der für das Jahr 2022 angekündigten Portfoliomaßnahmen. Der Bereich **Laundry & Home Care** konnte organisch um sehr starke 4,9 Prozent zulegen.

Das ist im aktuellen Umfeld insgesamt eine erfreuliche Entwicklung. Dennoch befinden wir uns in einer sehr herausfordernden Situation.

Seit Veröffentlichung unserer Prognose für das laufende Geschäftsjahr 2022 im Januar, haben sich die Herausforderungen dramatisch verschärft oder andere Belastungen sind neu hinzugekommen. Das müssen wir in unseren Erwartungen für die Geschäftsentwicklung im weiteren Jahresverlauf berücksichtigen.

Seit mehr als zwei Jahren belastet die COVID-Pandemie in vielen Teilen der Welt das gesellschaftliche und wirtschaftliche Leben.

Die aktuellen Einschränkungen in China machen uns noch einmal sehr deutlich, dass diese Pandemie noch nicht vorüber ist.

Zudem hat sich die ohnehin schon außerordentlich angespannte Situation an den Rohstoffmärkten und in den globalen Lieferketten durch den Angriffskrieg von Russland auf die Ukraine noch einmal deutlich verschärft. Und die daraus resultierenden Belastungen sind damit noch größer geworden.

So haben sich die **Preise für Materialien und Logistik** noch einmal signifikant erhöht und sie steigen viel stärker als bisher erwartet. Ganz konkret: Bislang waren wir für das laufende Jahr von einem Anstieg der Preise für direkte Materialien im niedrigen Zehn-Prozent-Bereich ausgegangen – im Vergleich zum Jahresdurchschnitt 2021. Nun erwarten wir einen Anstieg im mittleren Zwanzig-Prozent-Bereich. Das sind zusätzliche Belastungen in Höhe von rund zwei Milliarden Euro. Doppelt so viel wie wir noch Ende Januar angenommen hatten. Solche Dimensionen haben wir noch nicht erlebt. Diesen Entwicklungen begegnen wir mit gezielten Gegenmaßnahmen, insbesondere weiteren Preiserhöhungen und Effizienzsteigerungen.

Dazu kommt die in der vergangenen Woche angekündigte Aufgabe unserer Geschäfte in Russland, die wir nun angehen. Darüber hinaus haben wir beschlossen, unsere Geschäftsaktivitäten in Belarus einzustellen.

Hiervon betroffen sind ein Jahresumsatz von insgesamt rund 1 Milliarde Euro und mehr als 2500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Diese Faktoren werden die Ergebnisentwicklung von Henkel im Geschäftsjahr 2022 stärker als zu Jahresbeginn angenommen belasten.

Unsere neue Prognose beruht auf der Annahme, dass sich die Auswirkungen des Krieges in der Ukraine nicht wesentlich verschärfen werden und es aufgrund der COVID-Pandemie nicht zu neuen weitreichenden Geschäfts- und Produktionsschließungen in Industrie und Handel kommen wird.

Meine Damen und Herren,

unter Berücksichtigung dieser Faktoren wird für den Henkel-**Konzern im Geschäftsjahr 2022 ein organisches Umsatzwachstum** von +3,5 bis +5,5 Prozent erwartet. Bisher lag unsere Erwartung bei +2,0 bis +4,0 Prozent.

Das stärkere organische Umsatzwachstum wird vor allem durch den Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** getragen. Hier geht Henkel nun von einer organischen Umsatzentwicklung in der Bandbreite von +8,0 bis +10,0 Prozent aus. Vorher waren es +5,0 bis +7,0 Prozent. Das ist vor allem begründet durch die Weitergabe gestiegener Rohstoff- und Logistikkosten in Form

höherer Preise.

Für den Unternehmensbereich **Beauty Care** bleibt die Erwartung für die organische Umsatzentwicklung unverändert in der Bandbreite von -5,0 bis -3,0 Prozent.

Auch für den Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** ändert sich die Erwartung für das organische Umsatzwachstum nicht. Es wird weiterhin in der Bandbreite von +2,0 bis +4,0 Prozent erwartet.

Neben den Auswirkungen aus der Aufgabe der Aktivitäten in Russland und Belarus belasten drastisch steigende Preise für direkte Materialien und Logistik, die nicht vollständig in diesem Jahr kompensiert werden können, die Ergebnisentwicklung stärker als bislang erwartet.

Für den **Konzern** wird nun eine **bereinigte Umsatzrendite** in der Bandbreite von 9,0 bis 11,0 Prozent erwartet. Diese lag bisher zwischen 11,5 bis 13,5 Prozent. Für unseren Unternehmensbereich Adhesive Technologies erwarten wir nun eine bereinigte Umsatzrendite in der Bandbreite von 13,0 bis 15,0 Prozent. Für Beauty Care in der Bandbreite von 5,0 bis 7,0 Prozent. Und für Laundry & Home Care in einer Bandbreite von 7,0 bis 9,0 Prozent.

Für das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** bei konstanten Wechselkursen gehen wir nun von einem stärkeren Rückgang in der Bandbreite von -35 bis -15 Prozent aus.

Meine Damen und Herren,

das sind wirklich keine einfachen Zeiten. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen sich Tag für Tag mit neuen Herausforderungen auseinandersetzen: Knappheiten von Rohstoffen, angespannten Lieferketten und Verzögerungen in der Logistik.

Sie tun alles, um unsere Kunden in Industrie und Handel zuverlässig zu beliefern. Das ist eine starke Leistung.

Dieser tolle Teamgeist und Einsatz für unser Unternehmen, für unsere Kunden und Verbraucher in aller Welt machen mich zuversichtlich für die Zukunft.

Ich bin überzeugt, dass wir – trotz der außergewöhnlich schwierigen Rahmenbedingungen – die richtige Strategie verfolgen, um für Henkel nachhaltiges Wachstum zu schaffen.

Wir verfügen über eine grundsolide Bilanz und einen niedrigen Schuldenstand.

Wir sind stabil durch eine zweijährige globale Pandemie gekommen – ohne Kurzarbeit oder Staatshilfen.

Mit unserem Adhesive Technologies-Geschäft sind wir weltweit führend und bieten innovative Lösungen in vielen wichtigen Industrien – mit einem klaren Fokus auf Zukunftstrends wie Mobilität, Vernetzung und Nachhaltigkeit.

Und durch den Zusammenschluss der Konsumentengeschäfte Laundry & Home Care und Beauty Care schaffen wir mit Henkel Consumer Brands eine Multi-Kategorie-Plattform mit rund 10 Mrd. Euro Umsatz. Unser künftiges Consumer Brands-Geschäft soll bis spätestens Anfang 2023 etabliert sein und bietet ein breiteres Fundament, um unser Portfolio noch konsequenter zu optimieren und auf ein höheres Wachstums- und Margenprofil zu entwickeln.

Unsere Zuversicht spiegelt sich auch in unserer mittel- bis langfristigen finanziellen Ambition wider.

Weitere Informationen zum Integrationsprozess der beiden Unternehmensbereiche sowie zu den geplanten Portfoliomaßnahmen einschließlich der zu erwartenden Synergien und Restrukturierungsaufwendungen werden wir Ihnen dann, wie geplant, in der kommenden Woche näher erläutern.

Nun werden Marco Swoboda und ich gerne Ihre Fragen zu den vorläufigen Geschäftszahlen und dem aktualisierten Ausblick beantworten.

– Q&A –

[Abschließende Zusammenfassung:]

Meine Damen und Herren,

damit kommen wir zum Ende unserer Telefonkonferenz:

- Wir haben im ersten Quartal ein starkes organisches Umsatzwachstum gezeigt.
- Aufgrund der der geschilderten besonderen Herausforderungen und Belastungen haben wir heute unsere Jahresprognose aktualisiert.
- Trotz der außergewöhnlich schwierigen Rahmenbedingungen sehen wir uns weiter gut aufgestellt für ganzheitliches Wachstum in der Zukunft.

- Mit unserem Klebstoffgeschäft sind wir bereits heute Weltmarktführer und unser künftiges Consumer Brands-Geschäft bietet ein breiteres Fundament, um unser Portfolio noch konsequenter zu optimieren und auf ein höheres Wachstums- und Margenprofil zu bringen.
- Wir sind sehr zuversichtlich, dass wir auf dem richtigen Weg sind und dass wir gestärkt aus dieser herausfordernden Zeit hervorgehen werden.

Vielen Dank für Ihr Interesse.

Wir wünschen Ihnen allen noch einen schönen

Tag. Bleiben Sie gesund.

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.