

Kwartaaloverzicht Q1 2023

Januari–Maart

Goede start van boekjaar 2023

Henkel levert zeer sterke organische omzetgroei in het eerste kwartaal

- **Groepsomzet stijgt autonoom met 6,6 procent tot ongeveer 5,6 miljard euro; nominaal 6,4 procent**
- **Groei gedreven door zeer sterke omzetstijgingen in beide business units:**
 - Adhesive Technologies met een autonome groei van 6,8 procent, nominaal 6,1 procent
 - Consumer Brands realiseert autonome omzetgroei van 7,0 procent, nominaal 7,3 procent
- **Exit bedrijfsactiviteiten uit Rusland afgerond**
- **Verdere vooruitgang bij uitvoering strategische groeiagenda**
- **Vooruitzichten voor boekjaar 2023 bevestigd**

Düsseldorf, 4 mei 2023 - In het eerste kwartaal van 2023 heeft Henkel de groepsomzet verhoogd tot ongeveer 5,6 miljard euro. De zeer sterke organische omzetgroei van 6,6 procent werd aangedreven door prijzen met dubbele cijfers, terwijl de volumes onder het niveau van vorig jaar lagen. Nominaal steeg de omzet met 6,4 procent.

"We hadden een goede start van het jaar - ondanks een voortdurend uitdagende marktomgeving. De **zeer sterke omzetstijging** in beide business units onderstreept de kracht van onze portefeuille van succesvolle merken en innovatieve technologieën. In het eerste kwartaal hebben we onze prijsmaatregelen voortgezet om de tegenwind van grondstof- en logistieke kosten verder te compenseren", aldus Carsten Knobel, CEO van Henkel. "Vandaag hebben we onze **voorzichten** voor 2023 bevestigd en op basis van de zeer sterke organische omzetontwikkeling in het eerste kwartaal zien we het huidige fiscale jaar met vertrouwen tegemoet."

De zeer sterke autonome omzetgroei van de business unit **Adhesive Technologies** in het eerste kwartaal was te danken aan alle business areas. De nieuwe business unit **Consumer Brands** realiseerde eveneens een zeer sterke autonome omzetgroei, waaraan alle business areas bijdroegen.

Omzet per business unit

in miljoen euro	Omzet			Organisch
	Q1/2022	Q1/2023	+/-	
Henkel Group	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 Pro forma waarden voor cijfers van voorgaande jaren, gebaseerd op de geaggregeerde waarden van de business units Beauty Care en Laundry & Home Care.

"We hebben ook onze strategische prioriteiten voortgezet en belangrijke vooruitgang geboekt. Zo sturen we bijvoorbeeld rigoureus op integratie en portfoliofocus in onze business unit Consumer Brands, stemmen we de organisatiestructuur van onze business unit Adhesive Technologies nog beter af op ons klantenbestand en hebben we met succes relevante innovaties gelanceerd in beide businesses", verklaarde Carsten Knobel.

Als onderdeel van zijn kapitaaltoewijzingsstrategie had Henkel in 2022 voor het eerst een programma gelanceerd voor de inkoop van eigen aandelen. Het programma werd met succes afgerond in het eerste kwartaal van 2023: Eind maart had de onderneming aandelen teruggekocht met een totale waarde van ongeveer 1 miljard euro.

Op 20 april 2023 kondigde Henkel de ondertekening aan van een overeenkomst over de **verkoop van zijn activiteiten in Rusland** aan een consortium van lokale financiële investeerders. Henkel had vorig jaar aangekondigd zijn zakelijke activiteiten in Rusland stop te zetten na de aanval van dat land op Oekraïne. De transactie is inmiddels afgerond; de verkoopprijs bedraagt 54 miljard roebel (ongeveer 600 miljoen euro).

Groepsomzet

De **groepsomzet** steeg in het eerste kwartaal van 2023 **nominaal** met 6,4 procent, van 5.271 miljoen euro in het voorgaande kwartaal tot 5.609 miljoen euro. **Organisch** (gecorrigeerd voor wisselkoersen en acquisities/desinvesteringen) steeg de omzet met 6,6 procent. Deze zeer sterke groei van de omzet op groepsniveau werd aangedreven door prijsverhogingen. Overnames/desinvesteringen verminderden de omzet met -1,1 procent. Wisselkoerseffecten hadden een licht positief effect van 0,9 procent op de omzet.

Groepsomzet

In miljoen euro	Q1/2022	Q1/2023
Omzet	5.271	5.609
Vershil met vorig jaar	6,1%	6,4%
Wisselkoersen ¹	0,2%	0,9%
Gecorrigeerd voor wisselkoersen	5,9%	5,5%
Acquisities/desinvesteringen ²	-1,1%	-1,1%
Organisch	7,1%	6,6%
Prijsniveau	9,4%	12,0%
Qua volume	-2,3%	-5,4%

¹ Inclusief de gevolgen van de toepassing van IAS 29 (Financiële verslaggeving in economieën met hyperinflatie) voor Türkiye.

² Inclusief autonome omzetontwikkeling in Rusland sinds het begin van het tweede kwartaal 2022 tegen de achtergrond van de aangekondigde beëindiging van de bedrijfsactiviteiten aldaar.

De autonome omzetgroei in **Europa** bedroeg in het eerste kwartaal 4,2 procent. In de regio **IMEA** steeg de omzet autonoom met 27,8 procent. In **Noord-Amerika** steeg de omzet autonoom met 7,1 procent. De regio **Latijns-Amerika** boekte een autonome omzetgroei van 17,6 procent. De autonome omzetontwikkeling in de regio **Azië-Pacific** bedroeg -4,8 procent.

Omzet per regio¹

in miljoen euro	Europa	IMEA	Noord-Amerika	Latijns-Amerika	Azië-Pacific	Corporate	Henkel Group
Omzet² Januari–Maart 2023	2.201	563	1.584	411	805	46	5.609
Omzet ² Januari–Maart 2022	2.152	529	1.358	338	838	56	5.271
Vershil met dezelfde periode van het vorige jaar	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%
Aandeel in de groepsomzet in 2023	39%	10%	28%	7%	14%	1%	100%
Aandeel in de groepsomzet in 2022	41%	10%	26%	6%	16%	1%	100%

¹ Cijfers van het vorige jaar voor de regio's Europa, IMEA en Azië-Pacific op proforma basis omwille van aangepaste regionale rapporteringsstructuren.

² Per locatie of bedrijf

Omzet Adhesive Technologies

In het **eerste kwartaal van 2023** steeg de **omzet** van de business unit Adhesive Technologies **nominaal** met 6,1 procent, van 2.631 miljoen euro in het kwartaal van vorig jaar tot 2.791 miljoen euro. **Organisch** (gecorrigeerd voor wisselkoersen en overnames/desinvesteringen) steeg de omzet met 6,8 procent ten opzichte van het eerste kwartaal van 2022. We realiseerden prijsstijgingen met dubbele cijfers, terwijl de volumes lager waren dan in het kwartaal van vorig jaar.

Wisselkoerseffecten verhoogden de omzet met 1,1 procent; overnames/desinvesteringen hadden een negatief effect van -1,8 procent.

Omzet Adhesive Technologies

in miljoen euro	Q1/2022	Q1/2023
Omzet	2.631	2.791
Aandeel in de groepsomzet	50%	50%
Verschil met vorig jaar	11,6%	6,1%
Wisselkoersen ¹	1,6%	1,1%
Gecorrigeerd voor wisselkoersen	10,0%	5,0%
Acquisities/desinvesteringen ²	-0,7%	-1,8%
Organisch	10,7%	6,8%
Prijsniveau	10,6%	11,4%
Qua volume	0,1%	-4,6%

¹ Inclusief de gevolgen van de toepassing van IAS 29 (Financiële verslaglegging in economieën met hyperinflatie) voor Türkiye.

² Inclusief autonome omzetontwikkeling in Rusland sinds het begin van het tweede kwartaal 2022 tegen de achtergrond van de aangekondigde beëindiging van de bedrijfsactiviteiten aldaar.

De zeer sterke organische omzetgroei van de business unit Adhesive Technologies in het eerste kwartaal was te danken aan alle business areas. De business area **Mobility & Electronics** realiseerde een dubbelcijferige organische omzetgroei van 12,6%. Deze stijging werd aangedreven door de activiteiten van Automotive en Industrial, terwijl de activiteit Electronics een negatieve ontwikkeling liet zien als gevolg van een moeilijk marktklimaat. De business area **Packaging & Consumer Goods** realiseerde een organische omzetgroei van 1,0%. De zeer sterke omzetgroei bij Consumer Goods compenseerde ruimschoots de omzetsdaling bij Packaging. De omzet van de business area **Craftsmen, Construction & Professional** groeide autonoom met 7,0 procent ten opzichte van het vorige kwartaal, waarbij alle activiteiten een bijdrage leverden.

Omzet per business area¹

In miljoen euro	Omzet			Organisch
	Q1/2022	Q1/2023	+/-	
Adhesive Technologies	2.631	2.791	6,1%	6,8%
Mobility & Electronics	851	959	12,6%	12,6%
Packaging & Consumer Goods	893	884	-1,0%	1,0%
Craftsmen, Construction & Professional	887	948	6,9%	7,0%

¹ Pro forma cijfers voor elke business area tegen de achtergrond van de aangekondigde optimalisering van de organisatiestructuur.

Op regionaal vlak heeft de business unit Adhesive Technologies **in Europa** een aanzienlijke organische omzetgroei gerealiseerd. Hier werd de negatieve ontwikkeling in de business area Packaging & Consumer Goods meer dan gecompenseerd door de groei in de business area Mobility & Electronics. Ook **Noord-Amerika** liet een aanzienlijke omzetgroei zien, aangedreven door de business area Mobility & Electronics. Zowel **IMEA** als **Latijns-Amerika** realiseerden autonome omzetstijgingen met dubbele cijfers, in beide regio's aangedreven door

de business area Mobility & Electronics. De omzet in de regio **Azië-Pacific** daarentegen lag autonoom onder het niveau van vorig jaar. Dit was in het bijzonder te wijten aan de ontwikkeling in China als gevolg van het algemeen moeilijke marktklimaat dat er bleef heersen, zelfs na het einde van de COVID-19-gerelateerde beperkingen, in combinatie met een marktgerelateerde achteruitgang in de activiteit Electronics.

Omzet Consumer Brands

In de business unit Consumer Brands steeg de **omzet** in het **eerste kwartaal van 2023 nominaal** met 7,3 procent tot 2.772 miljoen euro. Organisch (gecorrigeerd voor wisselkoersen en acquisities/desinvesteringen) steeg de omzet met 7,0 procent ten opzichte van het niveau van vorig jaar. Jaar op jaar noteerde de business unit een dubbelcijferige stijging van de prijzen, terwijl de volumes daalden, ten dele als gevolg van de effecten van de maatregelen tot optimalisering van de portefeuille. Wisselkoerseffecten hadden een positief effect van 0,8 procent op de omzet. Overnames/desinvesteringen zorgden voor een omzetzijging van -0,5 procent.

Omzet Consumer Brands¹

in miljoen euro	Q1/2022	Q1/2023
Omzet	2.584	2.772
Aandeel in de groepsomzet	49%	49%
Vershil met vorig jaar	0,1%	7,3%
Wisselkoersen ¹	-1,1%	0,8%
Gecorrigeerd voor wisselkoersen	1,2%	6,5%
Acquisities/desinvesteringen ²	-1,5%	-0,5%
Organisch	2,7%	7,0%
Prijsniveau	8,3%	12,7%
Qua volume	-5,6%	-5,7%

¹ Proforma waarden voor cijfers van het vorige jaar, gebaseerd op de geaggregeerde resultaten van de business units Beauty Care en Laundry & Home Care.

² Inclusief de gevolgen van de toepassing van IAS 29 (Financiële verslaggeving in economieën met hyperinflatie) voor Türkiye.

³ Inclusief autonome omzetontwikkeling in Rusland sinds het begin van het tweede kwartaal 2022 tegen de achtergrond van de aangekondigde beëindiging van de bedrijfsactiviteiten aldaar.

In het eerste kwartaal behaalde de business area **Laundry & Home Care** een zeer sterke autonome omzetgroei van 6,3%. De divisie Laundry Care realiseerde een aanzienlijke autonome omzetgroei die vooral te danken was aan een aanzienlijke omzetgroei in de categorie Fabric Cleaning en een dubbelcijferige stijging in de categorie Fabric Care. De goede groei in Home Care was vooral te danken aan een dubbelcijferige omzetzijging in de categorie Dishwashing. De autonome omzetgroei in de **Hair** business area, waartoe ook de Professional business behoort, bedroeg 9,9 procent. We realiseerden dubbelcijferige groei in de consumentenbusiness, met name dankzij de categorie Hair Styling. De Professional-business behaalde een sterke autonome omzetgroei.

Omzet per business area¹

In miljoen euro	Omzet		+/-	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%
Andere Consumer Businesses	181	171	-7,4%	1,6%

¹ Proforma waarden voor cijfers van het vorige jaar, gebaseerd op de geaggregeerde resultaten van de business units Beauty Care en Laundry & Home Care.

Alle regio's waar de business unit Consumer Brands actief is, behaalden in het eerste kwartaal een autonome omzetstijging. **Europa** boekte een positieve autonome omzetgroei in het eerste kwartaal - vooral dankzij de Hair business area, terwijl de omzet in de business area Laundry & Home Care lager was dan in hetzelfde kwartaal van vorig jaar. **Noord-Amerika** realiseerde een zeer sterke autonome omzetgroei, waaraan alle business area's bijdroegen. De regio's **IMEA** en **Latijns-Amerika** realiseerden elk een tweecijferige autonome omzetstijging in alle business area's. De omzetgroei in de regio **Azië-Pacific** was zeer sterk, waaraan alle business area's bijdroegen.

Netto activa en financiële positie van de Groep

In vergelijking met de situatie per 31 december 2022 hebben zich in de verslagperiode geen belangrijke wijzigingen voorgedaan in de netto activa en de financiële positie van de Groep.

Vooruitzichten voor Henkel Group

De op 7 maart gepubliceerde vooruitzichten voor boekjaar 2023 zijn bevestigd.

Voor het lopende jaar blijft Henkel uitgaan van een **organische omzetgroei** tussen 1,0 en 3,0 procent, waarbij beide business units naar verwachting binnen deze bandbreedte zullen vallen. De **aangepaste EBIT-marge** zal naar verwachting nog steeds tussen 10,0 en 12,0 procent liggen. Het aangepaste rendement op omzet zal naar verwachting tussen 13,0 en 15,0 procent liggen voor Adhesive Technologies en tussen 7,5 en 9,5 procent voor Consumer Brands. Voor de **aangepaste winst per preferent aandeel (EPS)** verwacht Henkel nog steeds een ontwikkeling tussen -10,0 en +10,0 procent bij constante wisselkoersen.

Dit persbericht is een vertaling van de originele, Engelse versie.

Details over de gewijzigde rapportagestructuur vanaf het eerste kwartaal van 2023

Vanaf het eerste kwartaal van 2023 heeft Henkel zijn rapportagestructuur aangepast aan zijn nieuwe organisatiestructuur. Voortaan zal het bedrijf rapporteren over de prestaties van zijn twee business units, Adhesive Technologies en Consumer Brands. Zoals aangekondigd, zal Henkel ook de belangrijkste verkoopcijfers rapporteren op het niveau van de business area's, om de transparantie te vergroten. Meer bepaald rapporteert het bedrijf nu zowel de omzet als de nominale en organische omzetgroei. In de business unit Consumer Brands worden deze cijfers gerapporteerd voor de business areas Laundry & Home Care, Hair en Other Consumer Businesses. Daarnaast optimaliseert Henkel de organisatiestructuur binnen de business unit Adhesive Technologies om de schaal- en competentievoordelen nog efficiënter te benutten en tegelijk te zorgen voor een nauwe klant- en marktnabijheid. In de toekomst zal de business unit bestaan uit de drie business areas Mobility & Electronics, Packaging & Consumer Goods, en Craftsmen, Construction & Professional. Deze nieuwe structuur komt al tot uiting in het huidige kwartaaloverzicht voor het eerste kwartaal van 2023, dus vooruitlopend op de volledige organisatorische implementatie vanaf het tweede kwartaal van 2023.

De onderneming heeft ook haar regionale rapportagestructuur enigszins gewijzigd om de toewijzing van managementverantwoordelijkheden beter te weerspiegelen. Vanaf het eerste kwartaal van 2023 zal Henkel verslag uitbrengen over haar bedrijfsprestaties in de regio's Europa, IMEA (India, Midden-Oosten, Afrika), Noord-Amerika, Latijns-Amerika en Azië-Stille Oceaan.

Opmerking: Alle individuele cijfers in dit document zijn commercieel afgerond. Optelling kan leiden tot afwijkingen van de aangegeven totalen.

Over Henkel

Met zijn merken, innovaties en technologieën bekleedt Henkel wereldwijd leidende marktposities in de industriële en consumentensector. De business unit Adhesive Technologies is wereldleider op de markt voor kleefstoffen, dichtingsmiddelen en functionele coatings. Bij de consumentenmerken bekleedt het bedrijf leidende posities, vooral in haarverzorging en was- en huishoudelijke verzorging op vele markten en categorieën over de hele wereld. De drie sterkste merken van het bedrijf zijn Loctite, Persil en Schwarzkopf. In het boekjaar 2022 rapporteerde Henkel een omzet van meer dan 22 miljard euro en een aangepast bedrijfsresultaat van ongeveer 2,3 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 duurzaamheidsstrategie met specifieke doelstellingen. Henkel werd opgericht in 1876 en heeft vandaag een divers team van meer dan 50.000 mensen wereldwijd in dienst - verenigd door een sterke bedrijfscultuur, gedeelde waarden en een gemeenschappelijk doel: "Pioniers in hart en nieren voor het welzijn van generaties." Meer informatie op www.henkel.com.

Dit document bevat verklaringen die verwijzen naar toekomstige bedrijfsontwikkeling, financiële prestaties en andere gebeurtenissen of ontwikkelingen die in de toekomst van belang zijn voor Henkel en die toekomstgerichte verklaringen kunnen vormen. Toekomstgerichte verklaringen worden gekenmerkt door het gebruik van woorden als verwachten, plannen, anticiperen, geloven, schatten en soortgelijke termen. Dergelijke verklaringen zijn gebaseerd op huidige schattingen en veronderstellingen van het management van Henkel AG & Co. KGaA. Deze verklaringen mogen niet worden opgevat als een garantie dat deze verwachtingen juist 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 in positieve als in negatieve zin) van toekomstgerichte verklaringen. Vele van deze factoren liggen buiten Henkels controle en kunnen niet vooraf nauwkeurig worden ingeschat, zoals de toekomstige eco-nomische omgeving en de acties van concurrenten en andere betrokkenen op de markt. Henkel plant noch verbindt zich ertoe om toekomstgerichte verklaringen bij te werken.

Dit document bevat aanvullende financiële indicatoren die niet duidelijk gedefinieerd zijn in het toepasselijke financiële rapporteringskader en die alternatieve prestatie maatstaven 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 rapporteringskader in haar Geconsolideerde Jaarrekening. Andere bedrijven die vergelijkbare alternatieve prestatie maatstaven rapporteren of beschrijven, kunnen deze anders berekenen.

Dit document is uitsluitend bedoeld voor informatieve doeleinden en is niet bedoeld als beleggingsadvies of een aanbod om effecten te verkopen of een verzoek om effecten te kopen.

Financiële kalender

Publicatie van halfjaar verslag 2023:

Donderdag 10 augustus 2023

Publicatie kwartaaloverzicht Q3 2023:

Donderdag 9 november 2023

Contact

Investors & Analysts

Leslie Iltgen

Phone: +49 211 797-1631

Email: leslie.iltgen@henkel.com

Jennifer Ott

Phone: +49 211 797-2756

Email: jennifer.ott@henkel.com

Dr. Dennis Starke

Phone: +49 211 797-5601

Email: dennis.starke@henkel.com

Thomas Rosenke

Phone: +49 211 797-3563

Email: thomas.rosenke@henkel.com

Press & Media

Lars Witteck

Phone: +49 211 797-2606

Email: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Phone: +49 211 797-1875

Email: wulf.klueppelholz@henkel.com

Hanna Philipps

Phone: +49 211 797-3626

Email: hanna.philipps@henkel.com

Verdere informatie met downloadmateriaal en de link om de conference call te beluisteren zijn beschikbaar op:

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir