

REDE

CARSTEN KNOBEL

VORSITZENDER DES VORSTANDS

Q1-Conference Call – 4. Mai 2023

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer Telefonkonferenz.

Vielen Dank, dass Sie heute wieder teilnehmen.

Heute Morgen haben Sie bereits unsere Mitteilung zum ersten Quartal 2023 erhalten.

Darin gehen wir ausführlich auf die Umsatzentwicklung auf Konzernebene ein. Ebenso wie auf die Entwicklung in den einzelnen Unternehmensbereichen sowie in den Regionen.

Wir haben die Struktur unserer Berichterstattung an unsere neue Organisationsstruktur angepasst. Wir kommentieren nun die Entwicklung der beiden Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Consumer Brands. Beide

Unternehmensbereiche haben je drei Geschäftsfelder.

Auf Ebene dieser Geschäftsfelder berichten wir nun auch detailliert die Umsatzgrößen.

Damit steigern wir die Transparenz unserer Berichterstattung. Konkret berichten wir 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“. Bei Adhesive Technologies berichten wir über die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik, Verpackungen & Konsumgüter sowie Handwerk, Bau & Gewerbe.

Zudem haben wir die regionale Berichterstattung leicht angepasst, um die Verantwortungsstruktur im Management zu reflektieren. Wir weisen nun neu die Region IMEA aus. Diese umfasst Indien und die Türkei, die bislang unter Asien-Pazifik beziehungsweise Europa berichtet wurden.

Ich möchte Ihnen nun gerne zusammenfassend die wichtigsten Aspekte der Geschäftsentwicklung im Zeitraum von Januar bis März 2023 erläutern.

Im Anschluss beantworten unser Finanzvorstand Marco Swoboda und ich wie immer gerne Ihre Fragen.

Meine Damen und Herren,

wir befinden uns weiterhin in einem schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfeld – mit einer Reihe von Unsicherheiten und hoher Volatilität.

Dennoch sind wir gut in das neue Geschäftsjahr gestartet. Wir haben den Konzernumsatz auf rund 5,6 Milliarden Euro gesteigert. Das ist der höchste Umsatz, den wir bisher in einem ersten Quartal erzielen konnten.

Es ist uns gelungen, in beiden Unternehmensbereichen den Umsatz deutlich zu steigern. Dazu haben maßgeblich unsere fortgesetzten Preisanpassungen beigetragen, um die Belastungen aus den Rohstoff- und Logistikkosten zu kompensieren.

Diese sehr gute Umsatzentwicklung zeigt die Stärke unseres Portfolios mit erfolgreichen Marken und innovativen Technologien. Denn Preiserhöhungen kann man am Markt auch nur durchsetzen, wenn man über starke, attraktive Marken und Technologien verfügt, die für unsere Kunden klare Vorteile bieten.

Der gute Jahresstart ist auch ein Verdienst unseres **starken globalen Teams**. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit tragen in dieser für uns alle herausfordernden Zeit mit ihrem großartigen Engagement zum langfristigen Erfolg von Henkel bei.

Zudem haben wir im ersten Quartal auch die Umsetzung unserer **strategischen Prioritäten** mit Nachdruck vorangetrieben und dabei wesentliche Fortschritte erzielt.

So bringen wir zum Beispiel im Unternehmensbereich **Consumer Brands** die Integration und Portfolio-Fokussierung konsequent voran. Im Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** richten wir die Organisationsstruktur noch stärker auf unsere Kunden und Märkte aus.

Und: Wir haben in beiden Geschäften relevante Innovationen erfolgreich auf den Markt gebracht.

Außerdem haben wir im Rahmen der fortgesetzten Optimierung unserer Kapitalstruktur im ersten Quartal 2023 unser **Aktienrückkaufprogramm** erfolgreich abgeschlossen: Bis Ende März wurden Aktien im Wert von rund 1 Milliarde Euro zurückgekauft.

Im April konnten wir dann den Verkauf unserer gesamten **Geschäftsaktivitäten in Russland** an ein Konsortium von lokalen Finanzinvestoren abschließen. Der vereinbarte Kaufpreis entspricht rund 600 Millionen Euro. Das war wirklich ein sehr komplexer Prozess.

Ich bin auf der Hauptversammlung in der vergangenen Woche sehr ausführlich auf dieses Thema eingegangen, daher möchte ich das heute an dieser Stelle nicht weiter vertiefen.

Aber ich möchte noch einmal klar festhalten: Wir haben uns die Entscheidung vor gut einem Jahr sehr gut überlegt, haben die verschiedensten Aspekte abgewogen und haben dann unseren Entschluss konsequent umgesetzt – trotz aller Widrigkeiten. Damit sind wir nun nicht mehr in Russland tätig.

Lassen Sie uns nun einen Blick auf die **wichtigsten Zahlen** werfen:

Unser **Umsatz** ist im ersten Quartal 2023 – wie schon eingangs erwähnt – auf einen neuen Höchstwert von **rund 5,6 Milliarden Euro** gestiegen. Das ist ein nominaler Anstieg von 6,4 Prozent und ein starkes **organisches Umsatzwachstum von 6,6 Prozent**.

Der Umsatz in unserem Klebstoffgeschäft **Adhesive Technologies** stieg im ersten Quartal 2023 nominal um 6,1 Prozent auf rund 2,8 Milliarden Euro. **Organisch** erhöhte sich der Umsatz um 6,8 Prozent. Das Wachstum war durch eine zweistellige Preisentwicklung getrieben und wurde von **allen**

Geschäftsfeldern getragen.

Das Geschäftsfeld **Mobilität & Elektronik** erzielte eine zweistellige organische Umsatzentwicklung von 12,6 Prozent. Treiber des Wachstums waren die Bereiche Automobil und Industrie. Das Geschäft im Bereich Elektronik entwickelte sich aufgrund eines schwierigen Marktumfeldes dagegen negativ.

Das Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** zeigte ein 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.

Kommen wir zum Unternehmensbereich **Consumer Brands**. Hier stieg der Umsatz im ersten Quartal 2023 nominal um +7,3 Prozent auf ebenfalls rund 2,8 Milliarden Euro. **Organisch** lag der Umsatz um +7,0 Prozent über dem Niveau des Vorjahresquartals.

Auch hier war das Wachstum durch eine zweistellige Preisentwicklung getrieben und wurde von **allen Geschäftsfeldern** getragen.

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. Diese war insbesondere durch ein deutliches Umsatzplus in der Kategorie Universalwaschmittel und ein zweistelliges Wachstum in der Kategorie Spezialwaschmittel getragen. Das gute Wachstum im Bereich Reinigungsmittel ging im Wesentlichen auf eine zweistellige Entwicklung in der Kategorie Geschirrspülmittel zurück.

Das organische Umsatzwachstum im Geschäftsfeld **Hair**, das auch das Friseurgeschäft umfasst, erreichte 9,9 Prozent. Dabei erzielten wir im Konsumentengeschäft ein zweistelliges Wachstum, insbesondere getrieben durch die Kategorie Haarstyling. Das Friseurgeschäft erreichte einen starken organischen Umsatzanstieg.

Im Geschäftsfeld **Weitere Konsumentengeschäfte** stieg der

Umsatz organisch um 1,6 Prozent. Das Wachstum wurde vor allem von der Kategorie Seife sowie der Region Nordamerika getragen.

Im Bereich Consumer Brands haben wir auch konsequent an der **Optimierung unseres Portfolios** gearbeitet. So wurde zum Beispiel unser nordamerikanisches Air Care-Geschäft verkauft. Damit haben wir den Ausstieg aus dieser Kategorie weltweit abgeschlossen. Gleichzeitig konnten wir unser Kerngeschäft auch durch einen Zukauf stärken. Wir haben mit der Marke Earthwise die Nummer eins unter den nachhaltigen Laundry & Home Care-Marken in Neuseeland übernommen. Wir sehen großes Potential für die Einführung der Marke in weiteren Märkten der Region und erwarten davon zusätzlich Wachstumsimpulse.

Im Bereich Adhesive Technologies haben wir die Organisationsstruktur des Unternehmensbereichs weiter optimiert. Mit der neuen Struktur mit drei Geschäftsfeldern können wir in Zukunft Größen- und Kompetenzvorteile noch effizienter nutzen. Gleichzeitig verbessern wir damit die Ausrichtung auf unsere Kunden und Märkten.

Damit kommen wir zum **Ausblick** auf das laufende Jahr:

Trotz der weiterhin bestehenden Unsicherheiten in unseren Märkten haben wir heute unsere **Prognose** für das Jahr 2023 **bekräftigt** und blicken auf der Grundlage der sehr starken organischen Umsatzentwicklung im ersten Quartal **zuversichtlich** auf das laufende Geschäftsjahr.

Auf Konzernebene erwarten wir in diesem Jahr ein **organisches Umsatzwachstum** zwischen 1 bis 3 Prozent.

Dabei gehen wir davon aus, dass **beide Unternehmensbereiche** – also Adhesive Technologies und Consumer Brands – jeweils in dieser Bandbreite liegen werden.

Angesichts der starken Umsatzentwicklung im ersten Quartal haben wir heute eine **größere Zuversicht**, die obere Hälfte unserer Prognose für das organische Umsatzwachstum zu erreichen.

Wir erwarten eine **bereinigte Umsatzrendite** auf Konzernebene zwischen 10 und 12 Prozent. Für **Adhesive Technologies** gehen wir von einer bereinigten Umsatzrendite zwischen 13 und 15 Prozent aus; und für **Consumer Brands** im Bereich von 7,5 bis 9,5 Prozent.

Für das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** erwarten wir für das Geschäftsjahr 2023 eine Entwicklung zwischen -10 und +10

Prozent bei konstanten Wechselkursen.

Meine Damen und Herren,

wir sind sehr zuversichtlich, dass wir die nächsten Jahre für Henkel erfolgreich gestalten werden. Gemeinsam als **hochmotiviertes Team**, auf der Basis einer **starken Unternehmenskultur** und mit einer **klaren Wachstumsstrategie**.

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 mit dem neuen Bereich **Consumer Brands** haben wir die Voraussetzung für weiteres profitables Wachstum unseres Konsumentengeschäfts gelegt.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.

Marco Swoboda 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.