

REDE

CARSTEN KNOBEL

VORSITZENDER DES VORSTANDS

Halbjahr 2026-Conference Call – 06. August 2026

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer Telefonkonferenz.

Heute Morgen haben Sie unseren Bericht über das erste Halbjahr 2026 erhalten. Darin stellen wir die Entwicklung der wesentlichen Umsatz- und Ergebnisgrößen im Detail dar und geben unseren Ausblick auf die weitere Geschäftsentwicklung im laufenden Jahr.

Ich möchte gerne die wichtigsten Punkte zusammenfassen. Zudem werde ich darüber sprechen, wie wir unsere M&A-Wachstumsstrategie weiter vorantreiben.

Und danach 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**. Hohe geopolitische Unsicherheiten, volatile Energie- und Rohstoffmärkte sowie ein insgesamt verhaltenes Wirtschaftswachstum prägen weiterhin die Rahmenbedingungen für Unternehmen weltweit.

Besonders die anhaltenden **Spannungen im Nahen Osten** belasten die internationale Wirtschaft. Die Konflikte in der Region haben wiederholt zu erheblichen Schwankungen bei den Energiepreisen geführt und die Unsicherheit an den Finanzmärkten erhöht. Gleichzeitig bleiben wichtige internationale Handels- und Transportwege anfällig für Störungen.

Hinzu kommen zunehmende Belastungen für die **globalen Lieferketten**. Die Sicherheitslage auf zentralen Schifffahrtsrouten im Nahen Osten und jüngst im Roten Meer hat die Transportkosten erhöht und die Planbarkeit internationaler Warenströme deutlich erschwert.

Auch außerhalb der Krisenregion bleibt das geopolitische Umfeld **herausfordernd**.

Die fortschreitende Fragmentierung des Welthandels, anhaltende handelspolitische Spannungen zwischen den großen Wirtschaftsblöcken sowie die zunehmende Bedeutung nationaler Industrie- und Sicherheitsinteressen führen zu zusätzlichen Unsicherheiten.

Meine Damen und Herren,

in diesem sehr herausfordernden Umfeld haben wir **im ersten Halbjahr 2026** eine sehr gute Geschäftsentwicklung erzielt. Wir haben ein **starkes organisches Umsatzwachstum** erreicht und zugleich eine **sehr gute Ergebnisentwicklung** erzielt mit einer **starken EBIT-Marge**.

Insgesamt haben wir in den ersten sechs Monaten 2026 einen **Konzernumsatz** von rund 10,3 Milliarden Euro erzielt. Organisch – also vor Währungen, Akquisitionen und Divestments – erreichten wir ein starkes Umsatzwachstum von 3,2 Prozent.

Die **Verbesserung des organischen Umsatzwachstums** war erneut durch beide Unternehmensbereiche getragen, die jeweils eine positive Preis- und Volumenentwicklung erzielten.

Im Bereich **Adhesive Technologies** wurde die Umsatz- und Ergebnisverbesserung auch durch die konsequente und zügige Umsetzung von Preismaßnahmen getragen. Damit konnten wir die hohen Belastungen durch gestiegene Rohstoffkosten kompensieren.

Bei **Consumer Brands** setzte sich das sehr starke Wachstum im Geschäftsfeld Hair fort und der Bereich Waschmittel kehrte zu positivem Wachstum zurück.

Auf Basis der guten Entwicklung im ersten Halbjahr haben wir unsere **Umsatzerwartungen** für die Gruppe und für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies für das Gesamtjahr **angehoben**.

Wir erwarten nun auf Gruppenebene ein organisches Wachstum zwischen 1,5 und 3,5 Prozent. Bislang waren wir von einem Wachstum zwischen 1 und 3 Prozent ausgegangen. Für Adhesive Technologies haben wir unsere Erwartungen für das organische Umsatzwachstum von bisher 1 bis 3 Prozent auf nun 2 bis 4 Prozent angehoben.

Damit komme ich nun zur **Ergebnisentwicklung auf Konzern-Ebene im Detail**:

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** lag mit 1,62 Milliarden Euro leicht über dem Vorjahreswert.

Die **bereinigte Umsatzrendite** verzeichnete mit 15,7 Prozent ebenfalls einen Anstieg.

Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** stieg um 1,8 Prozent auf 2,86 Euro gegenüber 2,81 Euro im Vorjahreszeitraum. Bei konstanten Wechselkursen erhöhte sich das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie um 7,1 Prozent.

Der **Free Cashflow** stieg auf 612 Millionen Euro gegenüber 485 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2025. Dies war vor allem auf einen höheren Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit zurückzuführen.

Jetzt möchte ich Ihnen die **Ergebnisse der beiden Unternehmensbereiche** etwas genauer erläutern.

Der **Umsatz** im Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erhöhte sich im ersten Halbjahr 2026 nominal um 2,2 Prozent auf rund 5,5 Milliarden Euro.

Organisch erreichte Adhesive Technologies eine sehr starke Umsatzsteigerung von 4,5 Prozent, die vor allem durch das Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik getragen war. Zudem wurde eine positive Preis- als auch Volumenentwicklung verzeichnet.

Mit Blick auf die einzelnen Geschäftsfelder war das organische Umsatzwachstum im ersten Halbjahr insbesondere durch eine deutliche organische Umsatzsteigerung von 7,8 Prozent im Geschäftsfeld **Mobilität & Elektronik** gestützt. Treiber dieses Wachstums waren der Bereich Elektronik mit einem zweistelligen organischen Umsatzanstieg sowie der Bereich Industrie mit einer deutlichen organischen Umsatzsteigerung.

Demgegenüber entwickelte sich das Geschäft im Bereich Automobil in der ersten Jahreshälfte insgesamt rückläufig, kehrte jedoch im zweiten Quartal zu positivem Wachstum zurück und zeigte eine gute organische Umsatzentwicklung.

Das Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** erreichte einen sehr starken organischen Umsatzanstieg von 4,7 Prozent, der durch ein starkes Wachstum im Geschäftsbereich Verpackungen sowie eine sehr starke organische Umsatzsteigerung im Bereich Konsumgüter getragen war.

Dabei war die Entwicklung unter anderem durch eine höhere Bevorratung auf Kundenseite vor dem Hintergrund geopolitischer Unsicherheiten geprägt.

Im Geschäftsfeld **Handwerk, Bau & Gewerbe** erhöhte sich der Umsatz organisch um 1,0 Prozent. Dieses Wachstum wurde insbesondere durch eine starke Entwicklung im Geschäftsbereich Verarbeitendes Gewerbe & Instandhaltung getragen, während der Geschäftsbereich Konsumenten & Bau eine leicht rückläufige organische Umsatzentwicklung zeigte.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** lag im Unternehmensbereich Adhesive Technologies trotz negativer Wechselkurseffekte mit 982 Millionen Euro über dem Vorjahresniveau. Die **bereinigte Umsatzrendite** erhöhte sich auf 17,7 Prozent gegenüber 17,2 Prozent im Vorjahreszeitraum. Hier wirkten sich insbesondere Skaleneffekte infolge des Volumenwachstums sowie der Geschäfts-Mix vorteilhaft aus.

Kommen wir zu unserem Unternehmensbereich **Consumer Brands**.

Hier lag der Umsatz im ersten Halbjahr bei rund 4,7 Milliarden Euro. **Organisch** lag das Umsatzwachstum bei 1,7 Prozent, insbesondere getrieben durch einen sehr starken Anstieg im Geschäftsfeld Hair.

Dabei verzeichnete der Unternehmensbereich sowohl eine positive Preis- als auch Volumenentwicklung gegenüber dem ersten Halbjahr 2025.

Das Geschäftsfeld **Laundry & Home Care** verzeichnete im ersten Halbjahr eine positive organische Umsatzentwicklung von 0,7 Prozent. Der Bereich Waschmittel erreichte ein positives organisches Umsatzwachstum, das durch eine deutliche Umsatzsteigerung in der Kategorie Feinwaschmittel und durch ein positives Wachstum in der Kategorie Weichspüler getragen war. Die Kategorie Universalwaschmittel entwickelte sich dagegen leicht rückläufig. Der Bereich Reinigungsmittel erreichte ein gutes organisches Umsatzwachstum, das im Wesentlichen durch einen zweistelligen Anstieg in der Kategorie Handgeschirrspülmittel getrieben war.

Das Geschäftsfeld **Hair** erzielte eine sehr starke organische Umsatzsteigerung von 4,2 Prozent und war damit Haupttreiber für das Wachstum im Unternehmensbereich Consumer Brands. Dabei trugen sowohl das Konsumentengeschäft mit einem starken organischen Umsatzwachstum als auch das Friseurgeschäft mit einem sehr starken Anstieg zu dieser positiven Entwicklung bei.

Im Konsumentengeschäft war das Wachstum von allen Kategorien getragen – mit dem stärksten Beitrag durch die Kategorien Haarcolorationen und Haarstyling.

Das Geschäftsfeld **Weitere Konsumentengeschäfte** verzeichnete demgegenüber im ersten Halbjahr eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von -2,1 Prozent, die vor allem auf die Entwicklung im Bereich Körperpflege in der Region Europa zurückzuführen war. Die Region Nordamerika erreichte hingegen ein gutes organisches Umsatzwachstum.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis von Consumer Brands** lag bei 724 Millionen Euro und damit leicht unter dem Vorjahresniveau. Dies war im Wesentlichen bedingt durch die Veräußerung des Geschäfts mit Handelsmarken in Nordamerika im April 2025 sowie durch negative Wechselkurseffekte.

Die **bereinigte Umsatzrendite** erreichte hingegen mit 15,3 Prozent das Vorjahresniveau.

Damit komme ich zum Thema M&A.

Im ersten Halbjahr 2026 haben wir auch bei der Umsetzung unserer **M&A-Wachstumsstrategie**, die ein integraler Bestandteil der gesamten Wachstumsstrategie des Unternehmens ist, in beiden Unternehmensbereichen große Fortschritte gemacht.

Mit den zuletzt **angekündigten Akquisitionen** investieren wir insgesamt **fünf Milliarden Euro**. Sie sollen künftig einen kombinierten Jahresumsatz von zusätzlich **rund 2 Milliarden Euro** zu unserem Geschäft beitragen.

Bis heute haben wir vier von fünf Transaktionen erfolgreich abgeschlossen: Wetherby Laroc und ATP Adhesive Systems im Unternehmensbereich Adhesive Technologies sowie Not Your Mother's und zuletzt OLAPLEX im Unternehmensbereich Consumer Brands.

Die Akquisition der Stahl Gruppe im Klebstoffgeschäft wird voraussichtlich im Laufe der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres 2026 abgeschlossen.

Mit der Übernahme der Premium-Haarpflegemarke **OLAPLEX**, die rund 370 Millionen Euro Umsatz beisteuert, bauen wir unsere globale Präsenz im Premium-Haarpflegesegment weiter aus und sind nun die weltweite Nummer 2 im Friseurgeschäft.

Der Premium-Haarpflegemarkt ist ein äußerst attraktiver Markt. Dies zeigt sich in einer erwarteten durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von rund 5 Prozent für die kommenden Jahre.

OLAPLEX ist eine etablierte Premium-Haarpflegemarke mit einem Portfolio von wissenschaftsbasierten, leistungsfähigen Produkten. Mit dem Abschluss dieser Transaktion stärken wir unsere globale Präsenz im Bereich Haarpflege als Kernkategorie des Consumer Brands-Geschäfts.

Wir sind fest davon überzeugt, das Geschäft deutlich ausbauen zu können, indem wir Cross-Selling-Potenziale nutzen. Sowohl der Fachhandel als auch Friseursalons sollen als Vertriebskanäle gezielt gestärkt werden. Darüber hinaus ergeben sich attraktive Möglichkeiten im Bereich Innovation und Technologie.

Durch die Akquisition von **ATP Adhesive Systems** mit einem Jahresumsatz von rund 270 Millionen Euro erweitern wir unser Klebstoff-Portfolio über Flüssigtechnologien hinaus und schaffen damit eine neue Wachstumsplattform für leistungsstarke wasserbasierte Spezialtapes. Dabei handelt es sich um einen äußerst attraktiven Markt, für den ein jährliches Wachstum von rund 7 Prozent erwartet wird.

Wasserbasierte Spezialklebebänder gewinnen als nachhaltigere Alternative zu lösungsmittelbasierten Produkten zunehmend Marktanteile. Sie ermöglichen eine Reduzierung der Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen um bis zu 90 Prozent sowie eine Verringerung des CO₂-Fußabdrucks um bis zu 60 Prozent.

Die Spezialtapes von ATP werden beispielsweise in der Automobilindustrie im Bereich fortschrittlicher Fahrassistenz-Systeme eingesetzt.

Auch diese Akquisition stärkt die Innovationskraft von Henkel, schafft attraktive Cross-Selling-Möglichkeiten und festigt Henkels Position im Markt für nachhaltige Klebstofflösungen.

Aus den jüngsten Zukäufen erwartet Henkel im laufenden Geschäftsjahr erste positive Beiträge zu Umsatz und Ergebnis. Im Jahr 2026 sollen die übernommenen Unternehmen rund 700 Millionen Euro zum Umsatz beitragen. Zukünftig soll der Umsatz der fünf Akquisitionen durch einen überdurchschnittlichen Beitrag zum Wachstum im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich auf rund 2 Milliarden Euro im Jahr 2030 ansteigen. Mit Blick auf die Ergebnisentwicklung geht Henkel davon aus, dass die Akquisitionen bis zum Jahr 2030 mindestens 10 Prozent zum bereinigten Ergebnis je Vorzugsaktie beitragen.

Meine Damen und Herren,

neben Akquisitionen sind vor allem **Innovationen** ein zentraler Treiber unseres organischen Wachstums. Unsere Klebstofftechnologien kommen heute in immer mehr Anwendungen zum Einsatz. Das gilt insbesondere für die Unterhaltungselektronik. Moderne Smartphones oder Tablets werden immer leistungsfähiger, kompakter und gleichzeitig robuster. Trends wie Miniaturisierung, Wasserbeständigkeit und ein immer anspruchsvolleres Wärmemanagement erhöhen die Anforderungen an Materialien und Fertigungsprozesse.

Für uns eröffnet diese Entwicklung erhebliche Wachstumspotenziale. Unsere innovativen Klebstoff- und Funktionsmaterialien übernehmen in elektronischen Geräten immer mehr Aufgaben. Sie tragen maßgeblich zur Leistungsfähigkeit, Zuverlässigkeit und Langlebigkeit bei. Diese Entwicklung wird sich in den kommenden Jahren weiter beschleunigen.

So erwarten wir, dass die durchschnittliche Anzahl von Henkel-Technologien und -Lösungen in einem Smartphone bis 2030 um rund 50 Prozent auf mehr als 80 Anwendungen pro Gerät steigen wird.

Das zeigt eindrucksvoll, wie stark unsere Innovationskraft von den großen Technologietrends profitiert. Je leistungsfähiger, kompakter und intelligenter elektronische Geräte werden, desto wichtiger werden unsere Lösungen für das Kleben, Schützen, Abdichten und für das Thermomanagement. Dadurch schaffen wir zusätzliche Wachstumsmöglichkeiten und stärken nachhaltig unsere Position in einem attraktiven Zukunftsmarkt.

Kommen wir nun zu unserem Konsumentengeschäft.

Im Unternehmensbereich **Consumer Brands** haben wir die Fokussierung des Portfolios auf unsere **Top-Marken** weiter fortgesetzt. Sie wachsen weiterhin **überdurchschnittlich stark** mit positiver Preis- und Volumenentwicklung. Inzwischen stehen sie für rund 60 Prozent des Umsatzes im Konsumentengeschäft.

Damit bilden sie die Stärke und Vielfalt unseres Portfolios sehr gut ab.

Viele dieser Marken nehmen in ihren Kategorien führende Marktpositionen ein, sowohl im Bereich Wasch- und Reinigungsmittel als auch im Haargeschäft.

Besonders das **Haargeschäft** ist für uns ein attraktiver Wachstumsmarkt. Neue Verbraucherbedürfnisse und sich wandelnde Schönheits- und Pflegeroutinen eröffnen hier kontinuierlich neue Chancen. Dazu gehören Trends wie die intensive Pflege von Haar und Kopfhaut, der Schutz der Haarstruktur sowie die Reparatur geschädigter Haare.

Mit innovativen Technologien und einer starken Forschung und Entwicklung gelingt es uns, diese Trends nicht nur aufzugreifen, sondern aktiv mitzugestalten.

Ein gutes Beispiel dafür ist die Einführung unserer neuen Premium-Kopfhautpflegeserie unter der Marke Gliss. Sie greift den sogenannten „Skinification“-Trend auf. Dahinter steht die Erkenntnis, dass gesundes Haar mit einer gesunden Kopfhaut beginnt. Deshalb werden Wirkstoffe, Pflegekonzepte und Routinen, die Verbraucherinnen und Verbraucher bereits aus der Hautpflege kennen, zunehmend auch für die Haar- und Kopfhautpflege genutzt.

Mit solchen Innovationen schaffen wir echten Mehrwert für Verbraucherinnen und Verbraucher und stärken gleichzeitig die Wettbewerbsfähigkeit unserer Marken.

Das zeigt sich auch in unserer Entwicklung: Während der Markt für Haarpflege in den vergangenen Jahren jährlich um rund fünf Prozent gewachsen ist, konnten wir mit einem organischen Umsatzwachstum von mehr als sechs Prozent sogar noch stärker zulegen.

Das unterstreicht, dass wir mit unseren Innovationen und Markenangeboten die Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten sehr erfolgreich adressieren.

Meine Damen und Herren,

damit komme ich zum **Ausblick** für das Jahr 2026.

Wie Sie heute Morgen bereits in unserem Halbjahresbericht gesehen haben, haben wir – auf Basis der sehr guten Entwicklung im ersten Halbjahr – unsere Umsatzerwartungen für die Gruppe und für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies angehoben. Unsere Erwartungen für die bereinigte Umsatzrendite und das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie bei konstanten Wechselkursen bleiben unverändert.

Wir sehen Henkel damit weiter auf Kurs für **nachhaltiges, profitables Wachstum**.

Das heißt, wir erwarten für das Gesamtjahr weiteres organisches Umsatzwachstum und eine fortgesetzte Ergebnisverbesserung.

Konkret heißt das:

Auf Konzernebene erwarten wir in diesem Jahr nun ein **organisches Umsatzwachstum** zwischen 1,5 und 3,5 Prozent. Bislang waren wir von einem Wachstum zwischen 1 und 3 Prozent ausgegangen.

Für **Adhesive Technologies** haben wir unsere Erwartungen für das organische Umsatzwachstum von bisher 1 bis 3 Prozent auf nun 2 bis 4 Prozent angehoben. Für **Consumer Brands** gehen wir weiter von einem Wachstum zwischen 0,5 und 2,5 Prozent aus.

Für die **bereinigte Umsatzrendite** gehen wir weiter von einer Bandbreite zwischen 14,5 bis 16,0 Prozent aus.

Für das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** bei konstanten Wechselkursen erwarten wir einen Anstieg im niedrigen bis hohen einstelligen Prozentbereich.

Meine Damen und Herren,

Wir haben im ersten Halbjahr insgesamt eine **sehr gute Geschäftsentwicklung** erzielt mit einem starken organischen Umsatzwachstum und einer weiteren Verbesserung von Marge und Ergebnis.

Dies zeigt einmal mehr, dass die konsequente Umsetzung unserer **Strategie** mit klarem Fokus auf **ganzheitlichem Wachstum** konkrete Erfolge bringt.

Dazu trugen auch die konsequenten **Investitionen** in unsere **Marken, Technologien** und **Innovationen** sowie die deutliche **Beschleunigung** unsere **M&A-Aktivitäten bei**, mit denen wir **beide Unternehmensbereiche** substantiell stärken werden.

Das ist ein weiterer wichtiger Schritt zur nachhaltigen Stärkung unserer **Wachstumsagenda** und es zeigt, dass die **Transformation** von Henkel erfolgreich ist. Wir werden diese weiter vorantreiben, um langfristig noch besser und wettbewerbsfähiger aufgestellt zu sein.

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.