

# Quartalsmitteilung Q1 2024

Januar–März

Sehr guter Start in das Geschäftsjahr 2024

## Henkel erreicht starkes organisches Umsatzwachstum im ersten Quartal

- **Konzernumsatz: rund 5,3 Mrd Euro, organisches Wachstum von 3,0 Prozent**
- **Organische Umsatzsteigerung von beiden Unternehmensbereichen getragen:**
  - Adhesive Technologies: positives organisches Umsatzwachstum von 1,3 Prozent
  - Consumer Brands: sehr starkes organisches Umsatzplus von 5,2 Prozent
- **Akquisitionen von Seal for Life Industries und Vidal Sassoon in China schneller als erwartet vollzogen**
- **Weitere Fortschritte bei der Umsetzung der strategischen Wachstumsagenda**
- **Ausblick für das Geschäftsjahr 2024 am 3. Mai deutlich angehoben:**
  - Organisches Umsatzwachstum: 2,5 bis 4,5 Prozent (zuvor: 2,0 bis 4,0 Prozent)
  - Bereinigte Umsatzrendite: 13,0 bis 14,0 Prozent (zuvor: 12,0 bis 13,5 Prozent)
  - Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): Anstieg in der Bandbreite von +15,0 bis +25,0 Prozent bei konstanten Wechselkursen (zuvor: +5,0 bis +20,0 Prozent)

Düsseldorf, 8. Mai 2024 – Henkel hat im **ersten Quartal 2024** einen **Konzernumsatz** von rund 5,3 Mrd Euro erzielt und dabei eine starke organische Umsatzsteigerung von 3,0 Prozent erreicht. Das Wachstum war in beiden Unternehmensbereichen durch eine positive Preisentwicklung getragen. Die Volumenentwicklung auf Konzernebene, die weiterhin durch die Portfoliomaßnahmen im Bereich Consumer Brands beeinflusst ist, zeigte gegenüber dem vierten Quartal 2023 eine weitere sequenzielle Verbesserung. Nominal lag der Umsatz -5,2 Prozent unter dem Vorjahresquartal, insbesondere bedingt durch die Veräußerung der Geschäftsaktivitäten in Russland und negative Wechselkurseffekte.

„Wir sind sehr gut in das Geschäftsjahr gestartet. Zudem konnten wir die Akquisitionen von Seal for Life Industries und Vidal Sassoon in China schneller als erwartet abschließen und werden so unsere Geschäfte weiter stärken“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel. „Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen haben wir letzte Woche unsere **Umsatz- und Ergebnisprognose** für 2024 deutlich angehoben. Damit zeigt sich: Wir haben eine klare Strategie, die wir konsequent umsetzen. Wir liefern, was wir ankündigen. Und wir sind mit Henkel auf einem klaren Kurs für weiteres profitables Wachstum.“

Die positive organische Umsatzsteigerung im Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** wurde im ersten Quartal insbesondere durch eine starke organische Umsatzsteigerung im Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik erreicht. Die sehr starke organische Umsatzsteigerung im Unternehmensbereich **Consumer Brands** war durch alle Geschäftsfelder – und dabei insbesondere durch das Haar-Geschäft – getragen.

## Umsatzentwicklung nach Unternehmensbereichen

in Mio Euro	Umsatz		+/-	Organisch
	Q1/2023	Q1/2024		
Henkel-Konzern	5.609	<b>5.317</b>	-5,2%	<b>3,0%</b>
Adhesive Technologies	2.791	<b>2.677</b>	-4,1%	<b>1,3%</b>
Consumer Brands	2.772	<b>2.605</b>	-6,0%	<b>5,2%</b>

## Umsatzentwicklung Konzern

Der **Konzernumsatz** lag im **ersten Quartal 2024** bei 5.317 Mio Euro. Damit lag er **nominal** um -5,2 Prozent unter dem Vorjahresquartal (5.609 Mio Euro). **Organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um 3,0 Prozent. Die starke organische Umsatzsteigerung auf Konzernebene war preisgetrieben. Akquisitionen und Divestments minderten den Umsatz um -4,3 Prozent. Wechselkurseffekte wirkten sich mit -3,9 Prozent ebenfalls negativ auf die Umsatzentwicklung aus.

## Umsatzentwicklung Konzern

in Mio Euro	Q1/2023	Q1/2024
<b>Umsatz</b>	<b>5.609</b>	<b>5.317</b>
<b>Veränderung zum Vorjahr</b>	<b>6,4%</b>	<b>-5,2%</b>
Wechselkurseffekte	0,9%	-3,9%
<b>Bereinigt um Wechselkurseffekte</b>	<b>5,5%</b>	<b>-1,3%</b>
Akquisitionen/Divestments	-1,1%	-4,3%
<b>Organisch</b>	<b>6,6%</b>	<b>3,0%</b>
Davon Preis	12,0%	<b>3,4%</b>
Davon Menge	-5,4%	<b>-0,4%</b>

Im ersten Quartal lag das organische Umsatzwachstum in der Region **Europa** bei 2,5 Prozent. In der Region **IMEA** legte der Umsatz organisch um 26,9 Prozent zu. Die Region **Nordamerika** verzeichnete eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von -3,0 Prozent. In **Lateinamerika** lag der Umsatz organisch um -2,7 Prozent unterhalb des Vorjahreszeitraums. Die Region **Asien/Pazifik** erreichte eine organische Umsatzsteigerung von 3,5 Prozent.

## Umsatzentwicklung nach Regionen<sup>1</sup>

in Mio Euro	Europa	IMEA	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/Pazifik	Corpo-rate	Konzern
<b>Umsatz Januar–März 2024</b>	<b>2.023</b>	<b>575</b>	<b>1.478</b>	<b>421</b>	<b>784</b>	<b>35</b>	<b>5.317</b>
Umsatz Januar–März 2023	2.201	563	1.584	411	805	46	<b>5.609</b>
Veränderung gegenüber Vorjahresquartal	-8,1%	2,1%	-6,6%	2,5%	-2,5%	–	<b>-5,2%</b>
Organisch	2,5%	26,9%	-3,0%	-2,7%	3,5%	–	<b>3,0%</b>
<b>Anteil am Konzernumsatz 2024</b>	<b>38%</b>	<b>11%</b>	<b>28%</b>	<b>8%</b>	<b>15%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Anteil am Konzernumsatz 2023	39%	10%	28%	7%	14%	1%	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Nach Sitz der Gesellschaft.

## Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erzielte im **ersten Quartal 2024** einen **Umsatz** von 2.677 Mio Euro. Damit lag der Umsatz **nominal** um -4,1 Prozent unter dem Vorjahresquartal (2.791 Mio Euro). **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erreichten wir gegenüber dem ersten Quartal 2023 ein Umsatzwachstum von 1,3 Prozent. Dabei erzielten wir eine positive Preis- und Volumenentwicklung. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um -3,8 Prozent, Akquisitionen/Divestments wirkten sich mit -1,7 Prozent ebenfalls negativ aus.

### Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

in Mio Euro	Q1/2023	Q1/2024
<b>Umsatz</b>	<b>2.791</b>	<b>2.677</b>
Anteil am Konzernumsatz	50%	<b>50%</b>
<b>Veränderung zum Vorjahr</b>	<b>6,1%</b>	<b>-4,1%</b>
Wechselkurseffekte	1,1%	<b>-3,8%</b>
<b>Bereinigt um Wechselkurseffekte</b>	<b>5,0%</b>	<b>-0,4%</b>
Akquisitionen/Divestments	-1,8%	<b>-1,7%</b>
<b>Organisch</b>	<b>6,8%</b>	<b>1,3%</b>
Davon Preis	11,4%	<b>1,0%</b>
Davon Menge	-4,6%	<b>0,3%</b>

Die positive organische Umsatzentwicklung des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies im ersten Quartal wurde vor allem durch das Geschäftsfeld **Mobilität & Elektronik** getragen, das eine starke Steigerung von 3,7 Prozent erzielte. Treiber dieses Wachstums waren die Bereiche Automobil und Elektronik, das Geschäft im Bereich Industrie entwickelte sich positiv. Das Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** zeigte in einem weiterhin herausfordernden Marktumfeld eine insgesamt stabile organische Umsatzentwicklung von -0,2 Prozent, die von einer positiven Volumenentwicklung getragen war. Der Geschäftsbereich

Verpackungen erreichte ein positives Wachstum, bei dem wir von ersten Anzeichen einer Nachfrageerholung profitierten. Der Bereich Konsumgüter verzeichnete eine leicht rückläufige Entwicklung gegenüber einem sehr starken Vorjahresquartal. Im Geschäftsfeld **Handwerk, Bau & Gewerbe** erhöhte sich der Umsatz organisch um 0,3 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Dabei erreichte insbesondere der Geschäftsbereich Bau ein gutes Wachstum. Der Geschäftsbereich Maschinenbau & Instandhaltung verzeichnete hingegen eine insgesamt rückläufige Entwicklung, die im Wesentlichen auf das momentan herausfordernde Marktumfeld zurückzuführen ist.

## Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz		+/-	Organisch
	Q1/2023	Q1/2024		
Adhesive Technologies	2.791	<b>2.677</b>	-4,1%	<b>1,3%</b>
Mobilität & Elektronik	960	<b>946</b>	-1,5%	<b>3,7%</b>
Verpackungen & Konsumgüter	883	<b>838</b>	-5,1%	<b>-0,2%</b>
Handwerk, Bau & Gewerbe	949	<b>893</b>	-5,9%	<b>0,3%</b>

Aus regionaler Sicht verzeichnete der Unternehmensbereich Adhesive Technologies eine gemischte Entwicklung. In **Europa** lag der Umsatz organisch insgesamt unterhalb des Vorjahresquartals, auch wenn das Geschäftsfeld Handwerk, Bau & Gewerbe ein positives organisches Wachstum erreichte. **Nordamerika** verzeichnete zwar eine positive organische Umsatzsteigerung im Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik, wies im ersten Quartal jedoch insgesamt eine rückläufige Umsatzentwicklung aus. Die Region **IMEA** erzielte eine zweistellige organische Umsatzsteigerung. Hier verzeichneten alle Geschäftsfelder zweistellige Wachstumsraten. In **Lateinamerika** lag der Umsatz in allen Geschäftsfeldern unterhalb des Vorjahresquartals. Die Region **Asien/Pazifik** erreichte dagegen ein sehr starkes Umsatzwachstum, das insbesondere auf die deutlich positive Entwicklung in China zurückzuführen ist. Hier machten sich erste Anzeichen einer Stabilisierung des Marktumfeldes nach den herausfordernden Bedingungen im letzten Jahr bemerkbar.

## Umsatzentwicklung Consumer Brands

Im **ersten Quartal 2024** lag der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Consumer Brands bei 2.605 Mio Euro und damit **nominal** -6,0 Prozent unter dem Vorjahresquartal. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um 5,2 Prozent. Der Unternehmensbereich verzeichnete weiterhin eine sehr starke Preisentwicklung gegenüber dem ersten Quartal 2023. Das Volumen war leicht rückläufig, insbesondere bedingt durch Effekte aus den fortgesetzten Portfoliomaßnahmen. Wechselkurseffekte hatten mit -4,0 Prozent einen negativen Einfluss auf den Umsatz. Akquisitionen/Divestments wirkten sich mit -7,2 Prozent ebenfalls negativ auf den Umsatz aus.

## Umsatzentwicklung Consumer Brands

in Mio Euro	Q1/2023	Q1/2024
<b>Umsatz</b>	<b>2.772</b>	<b>2.605</b>
Anteil am Konzernumsatz	49%	49%
<b>Veränderung zum Vorjahr</b>	<b>7,3%</b>	<b>-6,0%</b>
Wechselkurseffekte	0,8%	-4,0%
<b>Bereinigt um Wechselkurseffekte</b>	<b>6,5%</b>	<b>-2,0%</b>
Akquisitionen/Divestments	-0,5%	-7,2%
<b>Organisch</b>	<b>7,0%</b>	<b>5,2%</b>
Davon Preis	12,7%	6,2%
Davon Menge	-5,7%	-1,0%

Das Geschäftsfeld **Laundry & Home Care** erreichte im ersten Quartal ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum in Höhe von 4,6 Prozent. Dabei verzeichnete der Bereich Waschmittel ein starkes Wachstum, das im Wesentlichen durch eine zweistellige Entwicklung in der Kategorie Spezialwaschmittel getrieben war. Der Bereich Reinigungsmittel erzielte eine deutliche organische Umsatzsteigerung, die insbesondere durch ein zweistelliges Umsatzplus in der Kategorie WC-Reiniger sowie ein sehr starkes Wachstum in der Kategorie Geschirrspülmittel getragen wurde.

Das Geschäftsfeld **Hair** erzielte eine sehr starke organische Umsatzsteigerung von 6,9 Prozent. Dabei zeigte das Konsumentengeschäft ein deutliches Wachstum, das insbesondere durch die Kategorie Haarstyling getrieben war. Das Friseurgeschäft erreichte einen sehr starken organischen Umsatzzanstieg.

Das Geschäftsfeld **Weitere Konsumentengeschäfte** verzeichnete eine starke organische Umsatzsteigerung von 3,4 Prozent.

## Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz		+/-	Organisch
	Q1/2023	Q1/2024		
Consumer Brands	2.772	<b>2.605</b>	-6,0%	<b>5,2%</b>
Laundry & Home Care	1.789	<b>1.661</b>	-7,2%	<b>4,6%</b>
Hair	811	<b>781</b>	-3,6%	<b>6,9%</b>
Weitere Konsumentengeschäfte	171	<b>163</b>	-4,8%	<b>3,4%</b>

Aus regionaler Sicht verzeichnete der Unternehmensbereich Consumer Brands im ersten Quartal eine gemischte Entwicklung. Die Region **Europa** erreichte im ersten Quartal eine sehr starke organische Umsatzsteigerung. Dieses Wachstum wurde sowohl durch das Geschäftsfeld Hair als auch das Geschäftsfeld Laundry & Home Care getrieben. Die rückläufige organische Umsatzentwicklung in der Region **Nordamerika** war insbesondere auf die Portfoliomaßnahmen im Geschäftsfeld Laundry & Home Care zurückzuführen. Die Region **IMEA** erzielte eine zweistellige organische Umsatzsteigerung über alle Geschäftsfelder hinweg. Das positive organische Wachstum in **Lateinamerika** war durch das Geschäftsfeld Hair – sowohl im

Konsumenten- als auch im Friseurgeschäft – getragen. Die Region **Asien/Pazifik** zeigte eine stabile Umsatzentwicklung, die durch das Geschäftsfeld Laundry & Home Care gestützt war.

## Vermögens- und Finanzlage Konzern

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 31. Dezember 2023.

## Ausblick des Henkel-Konzerns

Der am 4. März 2024 veröffentlichte Ausblick für das Geschäftsjahr 2024 wurde am 3. Mai 2024 angehoben.

Für das laufende Jahr erwartet Henkel nun ein **organisches Umsatzwachstum** zwischen 2,5 und 4,5 Prozent (zuvor: 2,0 bis 4,0 Prozent). Dabei wird für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies unverändert von einer organischen Umsatzsteigerung von 2,0 bis 4,0 Prozent ausgegangen. Für den Unternehmensbereich Consumer Brands wird nun ein Anstieg von 3,0 bis 5,0 Prozent prognostiziert (zuvor: 2,0 bis 4,0 Prozent).

Die **bereinigte Umsatzrendite (bereinigte EBIT-Marge)** wird nun in einer Bandbreite von 13,0 bis 14,0 Prozent erwartet (zuvor: 12,0 bis 13,5 Prozent). Hier wird für Adhesive Technologies von einer bereinigten Umsatzrendite zwischen 16,0 und 17,0 Prozent (zuvor: 15,0 bis 16,5 Prozent) und für Consumer Brands zwischen 12,0 und 13,0 Prozent ausgegangen (zuvor: 11,0 bis 12,5 Prozent).

Für das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)** wird nun mit einem Anstieg in der Bandbreite zwischen +15,0 und +25,0 Prozent bei konstanten Wechselkursen gerechnet (zuvor: +5,0 bis +20,0 Prozent).

Darüber hinaus wurden für 2024 die folgenden Erwartungen angepasst:

- Akquisitionen/Divestments: neutraler Einfluss auf das nominale Umsatzwachstum (bisher: negativer Einfluss im niedrigen einstelligen Prozentbereich)
- Umrechnung von Umsatzerlösen in Fremdwährung: negativer Einfluss im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich (bisher: negativer Einfluss im mittleren einstelligen Prozentbereich)

Unverändert blieben demgegenüber die folgenden Erwartungen für 2024:

- Preise für direkte Materialien: stabile Entwicklung<sup>1</sup>
- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 250 bis 300 Mio Euro
- Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte zwischen 650 und 750 Mio Euro

<sup>1</sup> Im Vergleich zum Vorjahresdurchschnitt.

## Über Henkel

Mit seinen Marken, Innovationen und Technologien hält Henkel weltweit führende Marktpositionen im Industrie- und Konsumentengeschäft. Mit dem Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist Henkel globaler Marktführer bei Klebstoffen, Dichtstoffen und funktionalen Beschichtungen. Mit Consumer Brands ist das Unternehmen insbesondere mit Wasch- und Reinigungsmitteln sowie im Bereich Haare weltweit in vielen Märkten und Kategorien führend. Die drei größten Marken des Unternehmens sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2023 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 21,5 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,6 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Nachhaltiges Handeln hat bei Henkel lange Tradition und das Unternehmen verfolgt eine klare Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen. Henkel wurde 1876 gegründet und beschäftigt heute weltweit ein vielfältiges Team von rund 48.000 Mitarbeiter:innen – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, gemeinsame Werte und den Unternehmenszweck: „Pioneers at heart for the good of generations“. Weitere Informationen unter [www.henkel.de](http://www.henkel.de).

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.

# Finanzkalender

## Veröffentlichung des Halbjahresberichts 2024:

Dienstag, 13. August 2024

## Veröffentlichung der Quartalsmitteilung Q3 2024:

Mittwoch, 6. November 2024

## Kontakt

### Investoren & Analysten

#### Leslie Iltgen

Tel.: +49 211 797-1631

E-Mail: [leslie.iltgen@henkel.com](mailto:leslie.iltgen@henkel.com)

#### Jennifer Ott

Tel.: +49 211 797-2756

E-Mail: [jennifer.ott@henkel.com](mailto:jennifer.ott@henkel.com)

#### Dr. Dennis Starke

Tel.: +49 211 797-5601

E-Mail: [dennis.starke@henkel.com](mailto:dennis.starke@henkel.com)

#### Dr. Sascha Kieback

Tel.: +49 211 797-1810

E-Mail: [sascha.kieback@henkel.com](mailto:sascha.kieback@henkel.com)

### Presse & Medien

#### Lars Witteck

Tel.: +49 211 797-2606

E-Mail: [lars.witteck@henkel.com](mailto:lars.witteck@henkel.com)

#### Wulf Klüppelholz

Tel.: +49 211 797-1875

E-Mail: [wulf.klueppelholz@henkel.com](mailto:wulf.klueppelholz@henkel.com)

#### Hanna Philipps

Tel.: +49 211 797-3626

E-Mail: [hanna.philipps@henkel.com](mailto:hanna.philipps@henkel.com)

Weitere Informationen mit Download-Material sowie den Link zur Übertragung der Telefonkonferenz finden Sie unter:

[www.henkel.de/presse](http://www.henkel.de/presse)

[www.henkel.de/ir](http://www.henkel.de/ir)