

Wirtschaft

Börse

DAX	Euro	Gold
18235	1,0705	2329
Umlaufrendite	2,50	-0,01
Roh-Öl (Brent, \$/Barrel)	85,14	-1,38%
Euro Stoxx 50	4894	-0,18%

INTERVIEW CARSTEN KNOBEL

„Unser Land muss sich enorm anstrengen“

Der Henkel-Chef über den Standort Deutschland, die Entwicklung der Waschmittel-Preise und den weiteren Umbau des Konzerns.

Nach schweren Zeiten haben Sie im Mai überraschend die Prognose für dieses Jahr angehoben, was die Aktie hochtrieb. Haben Henkel und die Branche die Krise überwunden?

KNOBEL Wir hatten ein gutes Jahr 2023, nun sind wir sehr gut ins neue Jahr gestartet und erwarten für 2024 höhere Umsätze und Ergebnisse als noch zu Jahresbeginn. Konkret heißt das: Unser Umsatz soll nun 2,5 bis 4,5 Prozent wachsen, die Umsatzrendite auf 13 bis 14 Prozent steigen, und beim Ergebnis je Aktie erwarten wir einen Anstieg zwischen fünf und 20 Prozent. Das bestätigt, dass unsere Strategie greift. Henkel ist auf dem richtigen Weg. Mit zwei starken Unternehmensbereichen – Konsumgüter und Klebstoffe.

Aber die ganze Chemie-Industrie erhält weiter Gegenwind?

KNOBEL Die Lage ist weiter angespannt, nicht nur für die Chemie, sondern für die gesamte Wirtschaft in Deutschland. Die Inflation geht zwar zurück und die Rohstoffpreise steigen nicht mehr so stark wie bisher. Aber unser Land muss sich enorm anstrengen, um international wettbewerbsfähiger zu werden. Ganz wesentlich dafür ist eine zuverlässige und sichere Energieversorgung für die Industrie. Wir brauchen auch mehr Investitionen in die Infrastruktur sowie mehr Anstrengungen für eine exzellente Bildung. Zudem müssen wir Bürokratie abbauen und schnellere Entscheidungen treffen. Das ist einfach nötig, weil andere Länder wie die USA als Standort immer attraktiver werden.

Was sind die größten Baustellen bei Henkel?

KNOBEL Wir sind beim Umbau sehr gut vorangekommen. Aber es liegt noch Arbeit vor uns. Zunächst war es richtig, ab 2022 die Sparten Beauty Care sowie Wasch- und Reinigungsmittel zum neuen Unternehmensbereich Consumer Brands zusammenzuführen. Die Integration der Verwaltungsbereiche mit dem Abbau von weltweit 2000 Stellen ist bereits abgeschlossen. Nun sind wir dabei, unser Logistik- und Produktionsnetzwerk in dem Bereich zu optimieren.

Werden Werke geschlossen?

KNOBEL Die Neuordnung bei Logistik und Produktion läuft bis 2026.



FOTO: HENKEL

Dabei werden wir sicherlich auch einzelne Werke in unterschiedlichen Regionen weltweit schließen. Wir haben uns vor rund einem Jahr bereits vom Standort in Viersen-Dülken getrennt. Aber darüber hinaus gibt es bei Consumer Brands keine Pläne für Standortschließungen in Deutschland. Im Gegenteil: Wir investieren. So haben wir gerade erst eine Investition am Standort Düsseldorf von über 40 Millionen Euro in die Erweiterung unseres hochmodernen Hochregallagers bekannt gegeben.

Widerspricht es nicht Ihrer Strategie, auf Wachstumsgeschäfte zu setzen, dass Sie die Ökomarke Love Nature nach nur vier Jahren wieder vom Markt nehmen?

KNOBEL Wenn wir unser Unternehmen weiterentwickeln wollen, müssen wir neue Wege einschlagen, auch wenn letztlich nicht alle erfolgreich sind. Love Nature war auf eine sehr spitze Zielgruppe ausgerichtet. Nun setzen wir verstärkt darauf, unsere Kernmarken wie Persil oder Somat noch stärker auf Nachhaltigkeit auszurichten – etwa indem wir die

Verpackungen noch umweltfreundlicher machen. Wir sind überzeugt, dass wir mit unseren etablierten, absatzstarken Marken einen deutlich größeren Einfluss haben, um einen nachhaltigen Konsum zu ermöglichen.

Branchengerüchten zufolge hatte Henkel bei Love Nature bis zu fünf Prozent Marktanteil erhofft, blieb aber unter einem Prozent. War das Produkt zu teuer?

KNOBEL Die Zahlen möchte ich nicht kommentieren. Wir haben

die Erfahrung gemacht, dass vielen Kunden Nachhaltigkeit zwar wichtig ist, aber sie wegen der steigenden Lebenshaltungskosten auch stärker auf den Preis achten. Dafür habe ich volles Verständnis. Aber nachhaltigere Produkte haben ihren Preis, denn sie sind in der Herstellung für uns auch mit höheren Kosten verbunden.

Tatsache ist aber, dass Henkel im Konsumgütergeschäft schon einige Zeit Wachstum praktisch nur über höhere Preise von bis zu zehn Prozent Plus im Jahr 2023 erreicht, während der Absatz zurückgeht. Werden Sie die Preise weiter erhöhen?

KNOBEL Nicht in der Breite. Aber es wird in einzelnen Kategorien weitere Preiserhöhungen geben müssen, weil unsere Kosten steigen. Aber dafür bieten wir auch mehr Innovationen und mehr Nachhaltigkeit in unseren Produkten. Zum Beispiel eine neue Enzymtechnologie bei Perwoll, die einen Pulli deutlich auffrischt, das Gewebe schützt und die Farben belebt. Wenn die Kunden einen klaren Vorteil und Mehrwert sehen, sind sie auch bereit, einen höheren Preis zu akzeptieren.

2022/2023 hatten mehrere Handelsketten Henkel-Produkte aussortiert, weil sie höhere Großhandelspreise nicht hinnehmen wollten. Sind diese Boykotte überwunden?

KNOBEL Wir sind wieder bei allen Handelskonzernen in Deutschland vertreten, was natürlich nicht bedeutet, dass jedes Produkt in jedem Geschäft immer angeboten wird. Das Verhältnis zum Handel hat sich im Vergleich zu den Vorjahren wieder etwas entspannt. Das war aber auch eine besondere Situation. Denn wir hatten allein 2022 Mehrkosten in Höhe von zwei Milliarden Euro für Rohstoffe und Energie, was uns zu Preiserhöhungen zwang. Aber natürlich wird auch jetzt hart über die Abnahmepreise verhandelt. Das war schon immer so, und das wird auch in Zukunft so sein.

Verschiedene Konzerne wollen das Homeoffice wieder zurückfahren. Auch Henkel?

KNOBEL Nein. Wir haben uns 2021 dafür entschieden, dass die Beschäftigten in Einvernehmen mit den Vor-

INFO

Chef eines Konzerns mit Tradition

Unternehmen Henkel wurde 1876 gegründet. Die Familie ist noch immer wichtigster Anteilseigner. Der Düsseldorfer Dax-Konzern hat einen Börsenwert von 33 Milliarden Euro mit rund 48.000 Beschäftigten.

Leitung Carsten Knobel, 55, kam 1995 zu Henkel. 2020 wurde er Vorstandschef, nachdem er sieben Jahre Finanzvorstand war. Er ist verheiratet, hat zwei Kinder.

gesetzten bis zu 40 Prozent ihrer Arbeitszeit mobil arbeiten können. Damit signalisieren wir, dass uns die Anwesenheit im Betrieb wichtig ist, während die Kolleginnen und Kollegen zugleich Flexibilität haben. Das funktioniert sehr gut und soll auch so bleiben.

Kommen wir zurück zur Politik. Wie sehr beunruhigt Sie die Stärke der AfD?

KNOBEL Wir haben uns immer wieder gegen Extremismus gewendet. Jede Form von Fremdenfeindlichkeit lehnen wir ab, allein hier in Düsseldorf haben wir Mitarbeiter aus mehr als 70 Nationen. Parteien, die einen Austritt aus der EU fordern oder Fremdenfeindlichkeit schüren, um Stimmen zu gewinnen, sind ein Risiko – für unsere Demokratie und unseren Wirtschaftsstandort.

Sie sind ja großer Fußballfan. Wer sind Ihre Favoriten für die EM?

KNOBEL Es ist wie in der Wirtschaft: Derjenige, der die richtige Strategie und den richtigen Teamgeist hat, wird sich durchsetzen. Aktuell sehe ich bei der EM Deutschland und Spanien als Favoriten. Sofern beide das Achtelfinale bestehen, würden sie im Viertelfinale bereits aufeinandertreffen. Das könnte dann fast das vorweggenommene Endspiel sein.

Und Ihr Tipp für das Deutschland-Spiel am Samstagabend gegen Dänemark?

KNOBEL Deutschland gewinnt 3:1.

ANTJE HÖNING UND REINHARD KOWALEWSKY FÜHRTEN DAS GESPRÄCH.