

News Release

13. August 2024

Starke Halbjahresergebnisse belegen erfolgreiche Umsetzung der Wachstumsstrategie

Henkel mit gutem organischen Umsatzwachstum und sehr starker Ergebnisverbesserung im ersten Halbjahr

- **Konzernumsatz wächst im ersten Halbjahr organisch um 2,9 Prozent auf rund 10,8 Mrd. Euro (nominal -1,0 Prozent) – Wachstum in beiden Unternehmensbereichen**
- **Betriebliches Ergebnis (EBIT)*: sehr starker Anstieg auf 1.610 Mio. Euro (+28,4 Prozent)**
- **EBIT-Marge* verbessert sich ebenfalls sehr stark auf 14,9 Prozent (+340 Basispunkte)**
- **Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)* erhöht sich um rund ein Drittel auf 2,78 Euro, +32,9 Prozent bei konstanten Wechselkursen**
- **Sehr guter Free Cashflow von rund 800 Mio. Euro**
- **Umsetzung der strategischen Wachstumsagenda weiter vorangetrieben**
- **Ergebnisprognose für das Gesamtjahr 2024 bereits Mitte Juli angehoben:**
 - Organisches Umsatzwachstum: 2,5 bis 4,5 Prozent (unverändert)
 - Bereinigte Umsatzrendite: 13,5 bis 14,5 Prozent (zuvor: 13,0 bis 14,0 Prozent)
 - Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): Anstieg in der Bandbreite von +20,0 bis +30,0 Prozent bei konstanten Wechselkursen (zuvor: +15,0 bis +25,0 Prozent)
- **Mittel- bis langfristige finanzielle Ambition soll bereits mittelfristig erreicht werden**

Düsseldorf – Henkel hat im ersten Halbjahr 2024 in einem weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld eine gute organische Umsatzentwicklung verzeichnet und das Ergebnis sehr stark gesteigert. Damit hat das Unternehmen seinen profitablen Wachstumskurs erfolgreich fortgesetzt. „Wir haben im ersten Halbjahr insgesamt eine sehr gute Geschäftsentwicklung erzielt. Das belegt, dass wir mit unserer Strategie auf dem richtigen Weg

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

Persil


Schwarzkopf



sind und unsere Ausrichtung auf ganzheitliches Wachstum greifbare Erfolge bringt“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel.

„Im ersten Halbjahr waren das organische Umsatzwachstum wie auch die Ergebnisverbesserung von beiden Unternehmensbereichen getragen. Der Zusammenschluss der Konsumentengeschäfte zeigt spürbare Erfolge und wirkt sehr positiv auf die Umsatz-, Bruttomargen- und Ergebnisentwicklung. Und auch in unserem Klebstoffgeschäft, in dem wir die Organisationsstruktur noch stärker an unseren Kunden ausgerichtet haben, tragen die angestoßenen Veränderungen entscheidend zu der guten Entwicklung von Henkel bei. Ebenfalls stark zeigte sich auch unser Free Cashflow, der noch einmal über dem bereits hohen Wert aus dem ersten Halbjahr 2023 lag. All das erlaubt uns auch, weiter gezielt in unsere Geschäfte und unsere Zukunft zu investieren: in Marken, Technologien und Innovationen. Darüber hinaus treiben wir wichtige Initiativen in den Bereichen Nachhaltigkeit und Digitalisierung voran, um unsere Wettbewerbsposition weiter auszubauen“, erläuterte Carsten Knobel weiter.

„Nach der starken Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr blicken wir zuversichtlich auf den weiteren Jahresverlauf und haben deshalb bereits Mitte Juli unsere Ergebnisprognose für das Gesamtjahr angehoben. Wir liefern, was wir uns vorgenommen haben, und sehen uns mit unserer klaren Strategie auf dem richtigen Weg für weiteres profitables Wachstum. Das zeigt auch die Anpassung unserer mittel- bis langfristigen finanziellen Ambition: Wir sind zuversichtlich, die Umsatz- und Ergebnisziele nun bereits mittelfristig zu erreichen.“

Ausblick für das Geschäftsjahr 2024

Der am 3. Mai 2024 aktualisierte Ausblick für das laufende Geschäftsjahr wurde am 17. Juli bezogen auf die Ergebnisgrößen angehoben. Hierzu hat im Wesentlichen die höhere Gewinnerwartung im Bereich Consumer Brands beigetragen, bei gleichzeitig steigenden Investitionen in Werbung zur Unterstützung von Innovationen. Die Prognose berücksichtigt dabei weiterhin die Erwartung höherer Preise für direkte Materialien in der zweiten Jahreshälfte. Henkel geht nun im Gesamtjahr 2024 von folgender Entwicklung für Umsatz und Ergebnis aus:

Henkel erwartet unverändert ein **organisches Umsatzwachstum** zwischen 2,5 und 4,5 Prozent. Dabei wird für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies wie bisher von einer organischen Umsatzsteigerung von 2,0 bis 4,0 Prozent ausgegangen. Für den Unternehmensbereich Consumer Brands wird weiter ein Anstieg von 3,0 bis 5,0 Prozent prognostiziert. Die **bereinigte Umsatzrendite** (bereinigte EBIT-Marge) wird nun in einer Bandbreite von 13,5 bis 14,5 Prozent erwartet (zuvor: 13,0 bis 14,0 Prozent). Hier wird für Adhesive Technologies unverändert von einer bereinigten Umsatzrendite zwischen 16,0 und

17,0 Prozent und für Consumer Brands nun zwischen 13,0 und 14,0 Prozent ausgegangen (zuvor: 12,0 bis 13,0 Prozent). Für das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) wird nun mit einem Anstieg in der Bandbreite zwischen +20,0 und +30,0 Prozent bei konstanten Wechselkursen gerechnet (zuvor: +15,0 bis 25,0 Prozent).

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2024

In einem insgesamt weiterhin herausfordernden Marktumfeld erzielte Henkel im ersten Halbjahr 2024 einen **Konzernumsatz** von 10.813 Mio. Euro. Das entspricht einer nominalen Entwicklung von -1,0 Prozent. Nachdem die nominale Umsatzentwicklung in den vergangenen Quartalen durch den Verkauf der Geschäftsaktivitäten in Russland belastet war, konnte Henkel nun im zweiten Quartal 2024 auch wieder ein nominales Umsatzwachstum erzielen (Q2: 5.496 Mio. Euro, +3,4 Prozent). Wechselkurseffekte minderten den Umsatz im ersten Halbjahr 2024 um -1,9 Prozent (Q2: +0,2 Prozent). Akquisitionen und Divestments wirkten sich insgesamt mit -2,1 Prozent auf den Umsatz aus (Q2: +0,3 Prozent). Während sich hierbei die Veräußerung der Geschäftsaktivitäten in Russland im April 2023 negativ auswirkte, leisteten die jüngst abgeschlossenen Akquisitionen in beiden Unternehmensbereichen – Seal for Life sowie Vidal Sassoon – einen positiven Beitrag. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erreichte Henkel ein gutes Umsatzwachstum von 2,9 Prozent (Q2: +2,8 Prozent).

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** verzeichnete im ersten Halbjahr 2024 ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,0 Prozent, das durch die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik sowie Handwerk, Bau & Gewerbe getragen war (Q2: +2,6 Prozent). Der Unternehmensbereich **Consumer Brands** erreichte eine sehr starke organische Umsatzsteigerung von 4,3 Prozent, zu der alle Geschäftsfelder beigetragen haben (Q2: +3,3 Prozent). Die Umsatzzuwächse waren in beiden Unternehmensbereichen durch eine positive Preisentwicklung getragen. Die Volumenentwicklung auf Konzernebene, die weiterhin durch die Maßnahmen zur Portfoliobereinigung im Bereich Consumer Brands beeinflusst ist, zeigte eine leicht positive Entwicklung – sowohl gegenüber dem ersten Halbjahr 2023 als auch eine sequenzielle Verbesserung gegenüber dem ersten Quartal 2024.

Im ersten Halbjahr lag das organische Umsatzwachstum in der Region **Europa** bei 1,8 Prozent (Q2: +1,2 Prozent). In der Region **IMEA** erreichte Henkel ein deutlich zweistelliges organisches Umsatzwachstum von 21,0 Prozent (Q2: +13,7 Prozent). Die Region **Nordamerika** verzeichnete eine organische Umsatzentwicklung von -1,6 Prozent (Q2: -0,2 Prozent). Die Region **Lateinamerika** zeigte eine stabile organische Umsatzentwicklung von 0,0 Prozent (Q2: +2,7 Prozent). Die Region **Asien/Pazifik** erreichte eine organische Umsatzsteigerung von 5,5 Prozent (Q2: +7,5 Prozent).

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis (bereinigtes EBIT)** erhöhte sich insbesondere vor dem Hintergrund des starken Anstiegs der Bruttomarge von 1.254 Mio. Euro im ersten Halbjahr 2023 deutlich um 28,4 Prozent auf 1.610 Mio. Euro.

Die **bereinigte Umsatzrendite (bereinigte EBIT-Marge)** des Konzerns verzeichnete in der Folge einen sehr starken Anstieg um 340 Basispunkte von 11,5 Prozent auf 14,9 Prozent.

Das **Ergebnis je Vorzugsaktie** erhöhte sich deutlich auf 2,46 Euro (Vorjahr: 1,35 Euro). Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie stieg um 30,5 Prozent auf 2,78 Euro gegenüber 2,13 Euro im Vorjahreszeitraum. Diese starke Steigerung war maßgeblich durch den Anstieg des bereinigten betrieblichen Ergebnisses getrieben. Bei konstanten Wechselkursen erhöhte sich das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie deutlich zweistellig um 32,9 Prozent.

Das **Netto-Umlaufvermögen** verringerte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 0,9 Prozentpunkte von 6,1 Prozent auf 5,2 Prozent.

Der **Free Cashflow** in Höhe von 772 Mio. Euro lag über dem Wert des ersten Halbjahres 2023 (749 Mio. Euro). Dies ist insbesondere auf den höheren Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit zurückzuführen.

Die **Nettofinanzposition** belief sich zum 30. Juni 2024 auf -1.440 Mio. Euro (31. Dezember 2023: 12 Mio. Euro).

Entwicklung der Unternehmensbereiche im ersten Halbjahr 2024

Der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies lag im ersten Halbjahr 2024 mit 5.475 Mio. Euro auf Vorjahresniveau (Q2: 2.798 Mio. Euro). **Organisch** erhöhte sich der Umsatz um 2,0 Prozent (Q2: 2,6 Prozent). Diese Entwicklung wurde durch eine Preiskomponente von +0,2 Prozent und ein Volumenwachstum von 1,8 Prozent erzielt. Damit zeigte der Unternehmensbereich im zweiten Quartal 2024 eine sequenzielle Verbesserung bei der Volumenentwicklung gegenüber dem ersten Quartal 2024.

Das Geschäftsfeld **Mobilität & Elektronik** erzielte ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum von 5,3 Prozent (Q2: +6,8 Prozent). Dieses Wachstum wurde von allen Geschäftsbereichen getrieben und dabei insbesondere durch den Bereich Elektronik, der einen zweistelligen organischen Umsatzanstieg gegenüber einem schwachen Vorjahreszeitraum erreichte. Im Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** lag die organische Umsatzentwicklung bei -0,6 Prozent (Q2: -1,0 Prozent). Im Bereich Verpackungen konnte das Volumenwachstum die negative Entwicklung der Preise kompensieren. Der Bereich

Konsumgüter zeigte insgesamt eine leicht rückläufige Entwicklung gegenüber einem starken Vorjahreszeitraum. Im Geschäftsfeld **Handwerk, Bau & Gewerbe** erhöhte sich der Umsatz organisch um 1,0 Prozent (Q2: +1,7 Prozent). Hier trugen die Geschäftsbereiche Bau sowie Konsumenten & Handwerker zum Wachstum bei. Der Geschäftsbereich Maschinenbau & Instandhaltung entwickelte sich dagegen – bedingt durch eine verhaltene Nachfrage – leicht rückläufig.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg im ersten Halbjahr 2024 um 21,8 Prozent auf 933 Mio. Euro, nach 766 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum. Die **bereinigte Umsatzrendite** erhöhte sich sehr deutlich um 310 Basispunkte auf 17,0 Prozent. Hier wirkten sich insbesondere niedrigere Rohstoffkosten, Mixeffekte und Maßnahmen zur Effizienzsteigerung positiv auf die Bruttomarge aus.

Der Unternehmensbereich **Consumer Brands** erzielte in den ersten sechs Monaten des Jahres 2024 einen **Umsatz** von 5.266 Mio. Euro (Q2: 2.662 Mio. Euro). Das entspricht einer nominalen Entwicklung von -1,8 Prozent. **Organisch** lag das Umsatzwachstum bei 4,3 Prozent (Q2: 3,3 Prozent). Diese Entwicklung wurde durch eine Preiskomponente von 5,1 Prozent getrieben. Vor allem bedingt durch die fortgesetzten Maßnahmen zur Portfoliooptimierung entwickelte sich das Volumen mit -0,9 Prozent hingegen leicht rückläufig, zeigte im zweiten Quartal 2024 aber eine sequenzielle Verbesserung gegenüber dem ersten Quartal 2024.

Das Geschäftsfeld **Laundry & Home Care** verzeichnete ein starkes organisches Umsatzwachstum in Höhe von 3,1 Prozent (Q2: +1,5 Prozent). Dabei erzielte der Bereich Waschmittel eine positive organische Umsatzsteigerung, die insbesondere durch ein zweistelliges Wachstum in der Kategorie Spezialwaschmittel und ein gutes Umsatzplus in der Kategorie Universalwaschmittel getragen wurde. Das deutliche Wachstum im Bereich Reinigungsmittel war im Wesentlichen getrieben durch zweistellige Umsatzsteigerungen in den Kategorien Geschirrspülmittel sowie WC-Reiniger. Das Geschäftsfeld **Hair** verzeichnete im ersten Halbjahr 2024 insgesamt einen deutlichen organischen Umsatzzanstieg von 7,3 Prozent (Q2: +7,7 Prozent). Dabei erzielte das Konsumentengeschäft ein zweistelliges Wachstum, maßgeblich getrieben durch die Kategorie Haarstyling, die bereits in den Vorjahreszeiträumen eine zweistellige organische Umsatzsteigerung verzeichnet hatte. Das Friseurgeschäft erzielte ein starkes organisches Umsatzwachstum. Die **Weiteren Konsumentengeschäfte** verzeichneten im ersten Halbjahr ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,3 Prozent (Q2: +0,7 Prozent).

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** lag bei 753 Mio. Euro und damit um 34,8 Prozent über dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Dieser Anstieg wurde durch die Entwicklung der

Absatzpreise, durch Einsparungen aus der Schaffung des integrierten Unternehmensbereichs Consumer Brands sowie Maßnahmen zur Optimierung und Valorisierung des Portfolios getrieben. Die **bereinigte Umsatzrendite** erhöhte sich sehr deutlich um 390 Basispunkte auf 14,3 Prozent.

Umsetzung der Wachstumsagenda konsequent vorangetrieben

Im ersten Halbjahr 2024 hat Henkel die strategischen Prioritäten seiner Agenda für ganzheitliches Wachstum weiter erfolgreich umgesetzt und in allen Bereichen gute Fortschritte erzielt.

Die **Zusammenführung** der vorherigen Bereiche Laundry & Home Care und Beauty Care in den Unternehmensbereich **Consumer Brands**, die in zwei Phasen erfolgt, wurde im ersten Halbjahr 2024 weiter erfolgreich vorangetrieben. Dabei hat Henkel weitere Einsparungen erzielt. Insgesamt strebt das Unternehmen Einsparungen in Höhe von 525 Mio. Euro aus beiden Phasen der Integration an. Diese sollen in vollem Umfang Ende 2026 realisiert werden.

Im Rahmen der zweiten Phase der Integration, die sich auf die Optimierung des Produktions- und Logistiknetzwerks im Unternehmensbereich Consumer Brands konzentriert, wurde inzwischen bereits in fast 30 Ländern das so genannte 1-1-1-Prinzip eingeführt. Dabei geht es darum, gemäß dem Grundsatz „one face to the customer“ die kommerzielle Integration mit optimierten Logistikprozessen voranzutreiben. Das bedeutet: ein Auftrag, eine Lieferung, eine Rechnung. Zudem wurde die das Produktions- und Logistiknetzwerk weiter optimiert und konsolidiert, beispielsweise in den USA und Osteuropa im Geschäftsfeld Laundry & Home Care. Insgesamt wurde durch die Maßnahmen bereits eine Komplexitätsreduktion von rund 16 Prozent erzielt.

Zudem hat Henkel sein Portfolio im Unternehmensbereich Consumer Brands weiter fokussiert. Dabei lag der Fokus zuletzt auf dem Wasch- und Reinigungsmittelgeschäft in Nordamerika.

Zur weiteren Stärkung der **Wettbewerbsfähigkeit** setzt Henkel auf starke **Innovationen** in attraktiven Geschäftsfeldern. Diese haben auch im ersten Halbjahr 2024 in beiden Unternehmensbereichen zum Wachstum beigetragen. Im Bereich **Adhesive Technologies** bedient Henkel den Trend zum Einsatz stärker integrierter Komponenten im Fahrzeugbau, durch den die Nachfrage nach innovativen Klebstofflösungen steigt. Hier geht es zum Beispiel um die Integration elektronischer Komponenten, welche einen hohen Nutzen für das Fahrzeug bring, unabhängig von der Antriebsart. Gleichzeitig handelt es sich um einen hochkomplexen Anwendungsbereich mit sehr spezifischen Anforderungen in Bezug auf das Wärmemanagement der verwendeten Klebstofflösungen. Henkel ist einer der wenigen

Anbieter, die den Trend frühzeitig erkannt und in Zusammenarbeit mit führenden Autobauern und wichtigen Zulieferern innovative Lösungen entwickelt. Für solche integrierten Komponenten wird in den nächsten Jahren ein Marktwachstumspotenzial von mehr als 20 Prozent erwartet. Im Unternehmensbereich **Consumer Brands** wurde der sehr starke organische Umsatzanstieg im Geschäftsfeld Hair von über 7 Prozent insbesondere von der Dachmarke Schwarzkopf getragen – sowohl im Konsumenten- als auch im Professional-Geschäft. Dabei wurde in diesem Geschäftsfeld nun in vier aufeinanderfolgenden Quartalen eine positive Volumenentwicklung verzeichnet. Gleichzeitig stieg der Marktanteil für Styling und Colorationen um jeweils 40 Basispunkte. Zudem wurde mit dem Relaunch von Gliss mit neuen Formeln für 100 Prozent stärkeres Haar im ersten Halbjahr ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum der Marke Gliss erzielt.

„Insgesamt sind wir sehr zufrieden mit der erfolgreichen Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr und stolz auf die guten Fortschritte, die wir bei der Umsetzung unserer strategischen Wachstumsagenda gemacht haben“, sagte Carsten Knobel. „Wir liefern, was wir uns vorgenommen und angekündigt haben und erzielen greifbare Fortschritte: in unseren Geschäften, beim Umsatz und beim Gewinn. Wir verändern Henkel mit mutigen Entscheidungen für eine erfolgreiche Zukunft. Und wir sind mit einer klaren Strategie auf dem richtigen Weg für weiteres profitables Wachstum.“

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

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.

Kontakt

Investoren & Analysten

Leslie Iltgen

Tel.: +49 211 797 - 1631

E-Mail: leslie.iltgen@henkel.com

Jennifer Ott

Tel.: +49 211 797 - 2756

E-Mail: jennifer.ott@henkel.com

Dr. Dennis Starke

Tel.: +49 211 797 – 5601

E-Mail: dennis.starke@henkel.com

Dr. Sascha Kieback

Tel.: +49 211 797 – 1810

E-Mail: sascha.kieback@henkel.com

www.henkel.de/presse

www.henkel.de/ir

Presse & Medien

Lars Witteck

Tel.: +49 211 797 - 2606

E-Mail: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Tel.: +49 211 797 - 1875

E-Mail: wulf.kluettelholz@henkel.com

Hanna Philipps

Tel.: +49 211 797 - 3626

E-Mail: hanna.philipps@henkel.com

Kennzahlen 2. Quartal 2024 und 1-6 2024



in Mio. Euro	Umsatz		EBIT	EBIT-Marge
	Q2	1-6	1-6	1-6
Adhesive Technologies				
2024	2.798	5.475	874	16,0%
2023	2.683	5.475	642	11,7%
organisches Wachstum	2,6%	2,0%	-	-
2024 bereinigt ¹⁾	-	-	933	17,0%
2023 bereinigt ¹⁾	-	-	766	14,0%
Consumer Brands				
2024	2.662	5.266	674	12,8%
2023	2.593	5.365	299	5,6%
organisches Wachstum	3,3%	4,3%	-	-
2024 bereinigt ¹⁾	-	-	753	14,3%
2023 bereinigt ¹⁾	-	-	559	10,4%
Henkel				
2024	5.496	10.813	1.470	13,6%
2023	5.316	10.926	864	7,9%
organisches Wachstum	2,8%	2,9%	-	-
2024 bereinigt ¹⁾	-	-	1.610	14,9%
2023 bereinigt ¹⁾	-	-	1.254	11,5%
	1-6	1-6	Veränd.	
	2023	2024		
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,35	2,46	82,2%	
Bereinigtes ¹⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	2,13	2,78	30,5%	
bei konstanten Wechselkursen			32,9%	

Alle Werte sind jeweils für sich kaufmännisch gerundet; bei der Addition der Werte kann es daher zu Abweichungen von den angegebenen Summen kommen.

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen