

Quartalsmitteilung Q3 2024

Juli–September

Ausblick für das Geschäftsjahr 2024 bekräftigt

Henkel setzt Wachstumskurs im dritten Quartal fort

- **Konzernumsatz steigt auf rund 5,5 Mrd Euro, +3,3 Prozent organisch**
- **Organische Umsatzsteigerung von beiden Unternehmensbereichen getragen:**
 - **Adhesive Technologies erzielt starkes organisches Wachstum von +3,7 Prozent**
 - **Consumer Brands mit gutem organischem Umsatzzuwachs von +2,7 Prozent**
- **Ambitionierte Klimaschutzziele um Net-Zero-Roadmap erweitert: bis zum Jahr 2045 sollen die Treibhausgasemissionen auf Netto-Null reduziert werden**
- **Umsatz- und Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2024 bekräftigt – erhöhte Wahrscheinlichkeit, obere Hälfte der Ergebnisprognose zu erreichen**

Düsseldorf, 6. November 2024 – Henkel hat im **dritten Quartal 2024** einen **Konzernumsatz** von rund 5,5 Mrd Euro erzielt. Das entspricht einem starken organischen Zuwachs von 3,3 Prozent. Dazu trugen eine gute Preisentwicklung sowie eine insgesamt positive Volumentwicklung auf Konzernebene bei. Nominal erhöhte sich der Umsatz um 1,0 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal.

„Wir haben auch im dritten Quartal wieder geliefert und Henkel erfolgreich weiterentwickelt. Dazu haben beide Unternehmensbereiche mit weiterem organischem Wachstum beigetragen. Auch im dritten Quartal konnten wir starke Bruttomargen verzeichnen, die es uns ermöglicht haben, die erhöhten Investitionen in unsere Geschäfte und Marken fortzuführen. Eine entsprechend starke Entwicklung sehen wir auch bei der bereinigten EBIT-Marge. Das zeigt: Wir sind mit unserer Wachstumsagenda auf dem richtigen Weg“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel.

„Wir sind davon überzeugt, dass das Geschäftsjahr 2024 ein weiteres erfolgreiches Jahr für Henkel wird und wir unsere im Jahresverlauf angehobenen Umsatz- und Ergebnisziele erreichen werden. Daher haben wir heute unseren **Ausblick** bekräftigt. Vor dem Hintergrund der starken Geschäftsentwicklung im bisherigen Jahresverlauf besteht eine erhöhte Wahrscheinlichkeit, auf der Ergebnisseite für den Konzern die obere Hälfte der jeweiligen Bandbreiten zu erreichen – das gilt sowohl mit Blick auf die bereinigte EBIT-Marge als auch für das Wachstum des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie.“

Zudem hat Henkel weitere Fortschritte bei der Umsetzung seiner **strategischen Wachstumsagenda** gemacht. So treibt Henkel im Bereich Nachhaltigkeit sein Engagement mit Nachdruck voran. Dazu hat Henkel eine **Net-Zero-Roadmap** erarbeitet, die mit erweiterten Zielen zur Reduzierung von Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette einhergeht.

„Es geht darum, dass wir alle Verantwortung übernehmen und verbindlich dazu beitragen, die globale Erderwärmung auf 1,5 °C zu begrenzen – so wie es im Klimaabkommen von Paris vereinbart ist. Unsere Roadmap, die auch durch die ‚Science Based Targets initiative‘ validiert wurde, zeigt, was wir tun, um bei unseren Treibhausgasemissionen bis 2045 Netto-Null zu erreichen. Hierfür werden wir vielfältige Maßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette umsetzen“, erläuterte Carsten Knobel.

Umsatzentwicklung nach Unternehmensbereichen

in Mio Euro	Umsatz		+/-	Organisch
	3. Q/2023	3. Q/2024		
Drittes Quartal				
Henkel-Konzern	5.440	5.492	1,0%	3,3%
Adhesive Technologies	2.711	2.800	3,3%	3,7%
Consumer Brands	2.695	2.653	-1,6%	2,7%
Januar–September	1–9/2023	1–9/2024		
Henkel-Konzern	16.366	16.305	-0,4%	3,0%
Adhesive Technologies	8.186	8.275	1,1%	2,5%
Consumer Brands	8.060	7.919	-1,8%	3,7%

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte im dritten Quartal eine starke organische Umsatzsteigerung, die durch alle Geschäftsfelder getragen war. Das gute organische Umsatzwachstum im Unternehmensbereich **Consumer Brands** war insbesondere durch das globale Geschäftsfeld Hair getrieben.

Umsatzentwicklung Konzern

Der **Konzernumsatz** erhöhte sich im **dritten Quartal 2024 nominal** um 1,0 Prozent auf 5.492 Mio Euro. Effekte aus Akquisitionen und Divestments steigerten den Umsatz um 1,2 Prozent. Wechselkurseffekte wirkten sich mit -3,6 Prozent negativ auf die Umsatzentwicklung aus. **Organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – stieg der Umsatz um 3,3 Prozent. Dieses Wachstum wurde auf Konzernebene durch eine gute Preisentwicklung sowie eine insgesamt positive Volumenentwicklung getragen.

In den **ersten neun Monaten 2024** erreichte der **Umsatz** 16.305 Mio Euro. Dies entspricht einer **nominalen** Entwicklung von -0,4 Prozent. **Organisch** erzielte Henkel eine starke Umsatzsteigerung von 3,0 Prozent, die sowohl durch die Preis- als auch Volumenentwicklung getragen war.

Umsatzentwicklung Konzern

in Mio Euro	3. Q/2023	3. Q/2024	1-9/2023	1-9/2024
Umsatz	5.440	5.492	16.366	16.305
Veränderung zum Vorjahr	-9,0%	1,0%	-3,1%	-0,4%
Wechselkurseffekte	-6,3%	-3,6%	-3,9%	-2,4%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	-2,7%	4,5%	0,8%	2,1%
Akquisitionen/Divestments	-5,5%	1,2%	-3,4%	-1,0%
Organisch	2,8%	3,3%	4,1%	3,0%
Davon Preis	8,3%	2,1%	10,8%	2,4%
Davon Menge	-5,5%	1,2%	-6,7%	0,6%

Das organische Umsatzwachstum im **dritten Quartal** wurde durch die Regionen **Europa, IMEA, Asien/Pazifik** sowie **Lateinamerika** getragen. Die Region **Nordamerika** verzeichnete hingegen eine rückläufige organische Umsatzentwicklung in beiden Unternehmensbereichen.

Umsatzentwicklung nach Regionen

in Mio Euro	Europa	IMEA	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz¹ Juli–September 2024	2.047	580	1.509	401	915	40	5.492
Umsatz ¹ Juli–September 2023	2.040	594	1.517	420	837	34	5.440
Veränderung gegenüber Vorjahresquartal	0,4%	-2,3%	-0,5%	-4,4%	9,3%	–	1,0%
Organisch	0,7%	19,6%	-1,7%	6,1%	6,4%	–	3,3%
Anteil am Konzernumsatz 2024	37%	11%	27%	7%	17%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz 2023	37%	11%	28%	8%	15%	1%	100%

¹ Nach Sitz der Gesellschaft.

Auch in den **ersten neun Monaten 2024** wurde das starke organische Umsatzwachstum von Henkel durch alle Regionen – mit Ausnahme der Region Nordamerika – getragen.

Umsatzentwicklung nach Regionen

in Mio Euro	Europa	IMEA	Nordamerika	Lateinamerika	Asien/Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz¹							
Januar–September 2024	6.118	1.712	4.542	1.265	2.556	111	16.305
Umsatz ¹							
Januar–September 2023	6.324	1.610	4.621	1.254	2.438	120	16.366
Veränderung gegenüber							
Vorjahr	-3,3%	6,4%	-1,7%	0,8%	4,9%	–	-0,4%
Organisch	1,4%	20,6%	-1,6%	2,1%	5,8%	–	3,0%
Anteil am Konzernumsatz 2024	38%	11%	28%	8%	16%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz 2023	39%	10%	28%	8%	15%	1%	100%

¹ Nach Sitz der Gesellschaft.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erzielte im **dritten Quartal 2024** einen **Umsatz** von 2.800 Mio Euro. Das entspricht einer nominalen Steigerung um 3,3 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal (Vorjahr: 2.711 Mio Euro). **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um 3,7 Prozent. Dieses Wachstum wurde durch eine starke Volumenentwicklung getragen, bei einer gleichzeitig stabilen Preisentwicklung gegenüber dem Vorjahresquartal. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um -3,3 Prozent. Akquisitionen/Divestments wirkten sich mit 2,8 Prozent positiv aus.

In den **ersten neun Monaten 2024** zeigte der Unternehmensbereich Adhesive Technologies ein positives **nominales** Umsatzwachstum von 1,1 Prozent auf 8.275 Mio Euro. **Organisch** erreichte Adhesive Technologies insbesondere volumengetrieben eine gute Umsatzsteigerung von 2,5 Prozent.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

in Mio Euro	3. Q/2023	3. Q/2024	1–9/2023	1–9/2024
Umsatz	2.711	2.800	8.186	8.275
Anteil am Konzernumsatz	50%	51%	50%	51%
Veränderung zum Vorjahr	-9,5%	3,3%	-3,3%	1,1%
Wechselkurseffekte	-6,5%	-3,3%	-3,6%	-2,4%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	-3,0%	6,5%	0,3%	3,5%
Akquisitionen/Divestments	-3,8%	2,8%	-3,0%	0,9%
Organisch	0,8%	3,7%	3,3%	2,5%
Davon Preis	4,9%	-0,2%	8,3%	0,1%
Davon Menge	-4,1%	3,9%	-5,0%	2,4%

Das starke organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies im dritten Quartal wurde durch alle drei Geschäftsfelder getragen. Das Geschäftsfeld **Mobilität & Elektronik** erzielte eine starke organische Umsatzsteigerung von 3,9 Prozent. Treiber dieser Entwicklung waren ein zweistelliges Wachstum im Bereich Elektronik sowie ein sehr starkes Wachstum im Bereich Industrie. Der Umsatz im Bereich Automobil entwickelte sich insgesamt rückläufig, bedingt durch eine verhaltene Nachfrage im Markt. Das Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** verzeichnete eine gute organische Umsatzentwicklung von 2,7 Prozent. Dabei erreichte der Geschäftsbereich Verpackungen eine starke Umsatzentwicklung, die durch eine gestiegene Nachfrage getrieben war. Der Geschäftsbereich Konsumgüter verzeichnete ein positives Wachstum. Im Geschäftsfeld **Handwerk, Bau & Gewerbe** erhöhte sich der Umsatz organisch um 4,5 Prozent. Hierzu trugen die Geschäftsbereiche Maschinenbau & Instandhaltung sowie Konsumenten & Handwerker mit einer jeweils sehr starken Umsatzsteigerung bei. Der Geschäftsbereich Bau verzeichnete ein gutes Wachstum.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz			
	3. Q/2023	3. Q/2024	+/-	Organisch
Drittes Quartal				
Adhesive Technologies	2.711	2.800	3,3%	3,7%
Mobilität & Elektronik	980	989	1,0%	3,9%
Verpackungen & Konsumgüter	855	841	-1,6%	2,7%
Handwerk, Bau & Gewerbe	876	969	10,6%	4,5%
Januar–September	1–9/2023	1–9/2024		
Adhesive Technologies	8.186	8.275	1,1%	2,5%
Mobilität & Elektronik	2.879	2.926	1,6%	4,8%
Verpackungen & Konsumgüter	2.588	2.520	-2,6%	0,5%
Handwerk, Bau & Gewerbe	2.719	2.829	4,0%	2,1%

Aus regionaler Sicht erreichte der Unternehmensbereich Adhesive Technologies im dritten Quartal in **Europa** ein positives organisches Umsatzwachstum, getragen durch alle drei Geschäftsfelder. Die Region **Nordamerika** verzeichnete dagegen eine leicht rückläufige organische Umsatzentwicklung, die durch die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik sowie Verpackungen & Konsumgüter bedingt war. In der Region **IMEA** erreichte der Unternehmensbereich eine zweistellige organische Umsatzsteigerung, zu der alle Geschäftsfelder beigetragen haben. Die Region **Lateinamerika** erzielte ein deutliches organisches Umsatzwachstum, das insbesondere durch die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik sowie Handwerk, Bau & Gewerbe getrieben wurde. Die Region **Asien/Pazifik** verzeichnete einen sehr starken organischen Umsatzanstieg, zu dem alle drei Geschäftsfelder beigetragen haben. Hier wirkte sich insbesondere das Geschäft in China positiv aus.

Umsatzentwicklung Consumer Brands

Im **dritten Quartal 2024** lag der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Consumer Brands bei 2.653 Mio Euro und damit **nominal** -1,6 Prozent unter dem Vorjahresquartal. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erreichte der Unternehmensbereich eine gute Umsatzsteigerung von 2,7 Prozent, die durch eine weiterhin sehr starke Preiskomponente getragen war. Die Volumenentwicklung war bedingt durch die fortgesetzten Maßnahmen zur Portfolio-Optimierung rückläufig. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um -3,9 Prozent. Akquisitionen/Divestments wirkten sich mit -0,4 Prozent ebenfalls negativ auf den Umsatz aus.

In den **ersten neun Monaten 2024** lag der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Consumer Brands mit 7.919 Mio Euro **nominal** -1,8 Prozent unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums. **Organisch** stieg der Umsatz preisgetrieben um 3,7 Prozent.

Umsatzentwicklung Consumer Brands

in Mio Euro	3. Q/2023	3. Q/2024	1-9/2023	1-9/2024
Umsatz	2.695	2.653	8.060	7.919
Anteil am Konzernumsatz	50%	48%	49%	49%
Veränderung zum Vorjahr	-7,6%	-1,6%	-2,3%	-1,8%
Wechselkurseffekte	-6,3%	-3,9%	-4,2%	-2,6%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	-1,3%	2,3%	1,9%	0,8%
Akquisitionen/Divestments	-7,5%	-0,4%	-4,0%	-2,9%
Organisch	6,2%	2,7%	5,9%	3,7%
Davon Preis	11,9%	4,4%	13,3%	4,9%
Davon Menge	-5,7%	-1,7%	-7,5%	-1,2%

Das Geschäftsfeld **Laundry & Home Care** erreichte im dritten Quartal ein positives organisches Umsatzwachstum von 0,9 Prozent. Dabei verzeichnete der Bereich Waschmittel eine leicht rückläufige Umsatzentwicklung, die insbesondere auf die Maßnahmen zur Portfolio-Optimierung zurückzuführen ist. Der Bereich Reinigungsmittel erzielte dagegen eine deutliche organische Umsatzsteigerung, die im Wesentlichen durch ein zweistelliges Umsatzwachstum in der Kategorie Geschirrspülmittel sowie durch eine sehr starke Umsatzsteigerung in der Kategorie WC-Reiniger getragen wurde.

Das Geschäftsfeld **Hair** erreichte einen sehr starken organischen Umsatzanstieg von 6,8 Prozent. Dabei erzielte das Konsumentengeschäft eine deutliche Umsatzsteigerung, die insbesondere durch ein zweistelliges Wachstum in der Kategorie Haarstyling getrieben war. Das Friseurgeschäft erreichte ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum.

Das Geschäftsfeld **Weitere Konsumentengeschäfte** verzeichnete ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,0 Prozent, das insbesondere durch ein sehr starkes Wachstum in Europa getragen war.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz			
	3. Q/2023	3. Q/2024	+/-	Organisch
Drittes Quartal				
Consumer Brands	2.695	2.653	-1,6%	2,7%
Laundry & Home Care	1.726	1.649	-4,4%	0,9%
Hair	779	829	6,3%	6,8%
Weitere Konsumentengeschäfte	190	175	-8,1%	2,0%
Januar–September	1–9/2023	1–9/2024		
Consumer Brands	8.060	7.919	-1,8%	3,7%
Laundry & Home Care	5.179	4.974	-4,0%	2,3%
Hair	2.347	2.437	3,8%	7,1%
Weitere Konsumentengeschäfte	534	508	-4,9%	2,2%

Aus regionaler Sicht erreichte der Unternehmensbereich Consumer Brands im dritten Quartal in der Region **Europa** ein positives organisches Umsatzwachstum. Dabei erzielte das Geschäftsfeld Hair eine starke Umsatzsteigerung, während sich das Geschäftsfeld Laundry & Home Care leicht rückläufig entwickelte. Die Region **Nordamerika** verzeichnete eine insgesamt rückläufige organische Umsatzentwicklung, die vor allem auf die Portfoliomaßnahmen im Geschäftsfeld Laundry & Home Care zurückzuführen war. Der Geschäftsbereich Hair erzielte hingegen ein sehr starkes Wachstum in Nordamerika. Die Region **Lateinamerika** erzielte ein gutes organisches Umsatzwachstum, getrieben durch das Geschäftsfeld Hair. Die Region **IMEA** erreichte über alle Geschäftsfelder hinweg eine zweistellige organische Umsatzsteigerung. Die Region **Asien/Pazifik** verzeichnete ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum, zu dem sowohl das Geschäftsfeld Hair als auch das Geschäftsfeld Laundry & Home Care beigetragen haben.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 30. Juni 2024.

Ausblick des Henkel-Konzerns

Für den Henkel-Konzern erwarten wir im Geschäftsjahr 2024 ein **organisches Umsatzwachstum** von 2,5 bis 4,5 Prozent. Dabei wird für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies von einer organischen Umsatzsteigerung von 2,0 bis 4,0 Prozent ausgegangen. Für den Unternehmensbereich Consumer Brands wird ein Anstieg von 3,0 bis 5,0 Prozent prognostiziert.

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

Für das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) wird mit einem Anstieg in der Bandbreite zwischen +20,0 und +30,0 Prozent bei konstanten Wechselkursen gerechnet.

Darüber hinaus haben wir für 2024 die folgenden Erwartungen:

- Akquisitionen/Divestments: neutraler Einfluss auf das nominale Umsatzwachstum
- Umrechnung von Umsatzerlösen in Fremdwährung: negativer Einfluss im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
- Preise für direkte Materialien: stabile Entwicklung im Vergleich zum Vorjahresdurchschnitt
- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 250 bis 300 Mio Euro
- Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte zwischen 650 und 750 Mio Euro

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.

Finanzkalender

Veröffentlichung des Berichts über das Geschäftsjahr 2024:

Dienstag, 11. März 2025

Hauptversammlung der Henkel AG & Co. KGaA 2025:

Montag, 28. April 2025

Veröffentlichung der Quartalsmitteilung Q1 2025:

Donnerstag, 8. Mai 2025

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

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.klueppelholz@henkel.com

Hanna Philipps

Tel.: +49 211 797-3626

E-Mail: hanna.philipps@henkel.com

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

www.henkel.de/presse

www.henkel.de/ir