



News Release

7. Februar 2025

Abschluss der strategischen Portfoliomaßnahmen im Unternehmensbereich Consumer Brands

Henkel verkauft das Geschäft mit Handelsmarken in Nordamerika

- **Stärkere Fokussierung auf das innovative Markenartikelgeschäft**
- **Verkauf eines Nicht-Kerngeschäfts mit begrenzter strategischer Bedeutung**
- **Abschluss der strategischen Portfoliomaßnahmen als Teil der Consumer Brands-Integration**

Düsseldorf – Im Rahmen der im Februar 2022 angekündigten strategischen Portfolio-Optimierung im Unternehmensbereich Consumer Brands hat Henkel eine Vereinbarung über den Verkauf seines Geschäfts mit Handelsmarken in Nordamerika an ein Tochterunternehmen von First Quality Enterprises, LLC mit Sitz in Great Neck, New York, unterzeichnet. Das Handelsmarken-Geschäft mit einem Jahresumsatz von rund 500 Millionen Euro umfasst Produkte in den Kategorien Waschmittel, Weichspüler und Geschirrspülmittel und beliefert verschiedene Einzelhandelskunden im nordamerikanischen Markt.

Das Geschäft mit Handelsmarken wurde innerhalb des Unternehmensbereichs Consumer Brands als Nicht-Kerngeschäft identifiziert, da die Möglichkeiten, Synergien zu realisieren und die zukünftige strategische Bedeutung für die integrierte Consumer Brands-Plattform begrenzt sind. Mit dieser Transaktion schließt Henkel den letzten Verkauf im Rahmen der Portfoliomaßnahmen ab, die mit Beginn der Zusammenführung der ehemals getrennten Konsumentengeschäfte angekündigt worden waren. Die Transaktion ist damit ein wichtiger Meilenstein im Rahmen des Portfolio-Optimierungsprozesses innerhalb des Consumer Brands-Geschäfts. Insgesamt hat Henkel nun seit Anfang 2022 Marken und Aktivitäten mit einem Gesamtumsatz von etwas mehr als 1 Milliarde Euro veräußert oder eingestellt.

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

Persil



„Die Gestaltung eines erfolgreichen Portfolios ist ein wesentliches Element unserer strategischen Agenda für ganzheitliches Wachstum. Unser aktives Portfoliomanagement, sei es durch Zukäufe oder durch Veräußerungen, ist ein zentraler Hebel, um unser Geschäft für die Zukunft erfolgreich zu machen. Die Förderung eines starken und noch fokussierteren Portfolios war ein wichtiger Grund für die Schaffung unserer integrierten Consumer Brands-Plattform und in den vergangenen Jahren haben wir hier bereits sichtbare Ergebnisse erzielt, welche diese strategische Logik untermauern“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel. „Der Verkauf unseres Geschäfts mit Handelsmarken in Nordamerika ist der letzte Schritt unserer Portfolio-Optimierung, die wir 2022 angekündigt hatten. Wir fokussieren uns nun mit einer klaren Wachstumsorientierung auf unser Markengeschäft mit technologiegetriebenen Innovationen, die mehr Wert für die Verbraucher schaffen.“

„Während wir unser Portfolio in Nordamerika, dem weltweit größten Markt für Wasch- und Reinigungsmittel, schärfen, untermauern wir mit unserem Markenartikelgeschäft unsere Ambition in diesem attraktiven Markt. Mit einem stärker fokussierten Consumer Brands-Portfolio, das führende und erfolgreiche Marken wie all®, Snuggle®, Dial®, Schwarzkopf® und got2b® umfasst, werden wir unsere nordamerikanischen Einzelhandelspartner und Verbraucher noch besser bedienen können und unsere Innovations-Pipeline gezielt ausbauen. Zugleich fördern wir das profitable Wachstum durch unsere starken nationalen Marken in dieser wichtigen Region“, sagte Wolfgang König, im Vorstand von Henkel verantwortlich für den Unternehmensbereich Consumer Brands.

Die Transaktion steht unter dem Vorbehalt üblicher Vollzugsbedingungen sowie kartellrechtlicher Genehmigungen. Die Unternehmen verständigten sich darauf, mit Unterzeichnung der Transaktion keine weiteren finanziellen Details zu veröffentlichen.

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

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.kluettelholz@henkel.com

Hanna Philipps

Tel.: +49 211 797 - 3626

E-Mail: hanna.philipps@henkel.com

www.henkel.de/presse

www.henkel.de/ir