

News Release

7. August 2025

Henkel erwartet weiteres profitables Wachstum im Jahr 2025

Henkel mit Belebung des Umsatzwachstums im Verlauf des 1. Halbjahres bei guter Margen- und Ergebnisverbesserung

- **Konzernumsatz im 1. Halbjahr organisch auf Vorjahresniveau: 10,4 Mrd. Euro (organisch -0,1 Prozent; 2. Quartal: +0,9 Prozent)**
- **Betriebliches Ergebnis (EBIT)* steigt auf 1.614 Mio. Euro (+0,2 Prozent)**
- **EBIT-Marge* verbessert sich auf 15,5 Prozent (+60 Basispunkte)**
- **Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)* erhöht sich auf 2,81 Euro, +5,0 Prozent bei konstanten Wechselkursen**
- **Umsetzung der strategischen Wachstumsagenda weiter vorangetrieben**
 - Klarer Fokus auf globale Megatrends stärkt Wettbewerbsfähigkeit und Resilienz von Adhesive Technologies in herausforderndem Marktumfeld
 - Deutliche Verbesserung der Volumenentwicklung im Bereich Consumer Brands – Top 10-Marken erzielen gutes organisches Umsatzwachstum
- **Ausblick für das Geschäftsjahr 2025 aktualisiert:**
 - Organisches Umsatzwachstum: 1,0 bis 2,0 Prozent (zuvor: 1,5 bis 3,5 Prozent)
 - Bereinigte Umsatzrendite: 14,5 bis 15,5 Prozent (zuvor: 14,0 bis 15,5 Prozent)
 - Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): Anstieg im niedrigen bis hohen einstelligen Prozentbereich bei konstanten Wechselkursen (unverändert)

Düsseldorf – Henkel hat im ersten Halbjahr 2025 nach einem verhaltenen Start in das Jahr beim organischen Umsatzwachstum im zweiten Quartal eine Beschleunigung verzeichnet. Zugleich konnte auch die Profitabilität stark gesteigert werden. „Die Verbesserung des organischen Umsatzwachstums war durch beide Unternehmensbereiche getragen, wobei insbesondere die sequenzielle Verbesserung der Volumenentwicklung im Bereich Consumer Brands hervorzuheben

LOCTITE **TECHNOMELT** **BONDERITE** **Persil**



ist. Diese führte zusammen mit einer positiven Preisentwicklung zu einem positiven organischen Umsatzwachstum im zweiten Quartal. Der Bereich Adhesive Technologies erzielte in den ersten sechs Monaten ein positives organisches Umsatzwachstum, das von einer ausgewogenen Preis- und Volumenentwicklung getragen war“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel.

„Zudem konnten wir im ersten Halbjahr die EBIT-Marge stark steigern. Der Zuwachs ging insbesondere auf eine sehr gute Bruttomarge in beiden Unternehmensbereichen und einen vorteilhaften Geschäfts-Mix zurück. Darüber hinaus konnten wir weitere Effizienzsteigerungen erzielen und sind auf einem guten Weg, die im Unternehmensbereich Consumer Brands angestrebten Einsparungen zu erreichen oder sogar zu übertreffen. Gleichzeitig haben wir die Investitionen in unsere Marken und Technologien fortgesetzt, um unser Wachstumspotenzial für die Zukunft zu stärken“, betonte Carsten Knobel.

Ausblick für das Geschäftsjahr 2025 aktualisiert

Vor dem Hintergrund der Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2025 und der Annahmen zum weiteren Geschäftsverlauf hat Henkel den Ausblick für das Geschäftsjahr 2025 aktualisiert.

„Wir erwarten für das Geschäftsjahr 2025 weiteres profitables Wachstum und gehen von einem stärkeren Umsatzwachstum im zweiten Halbjahr aus. Die Anpassung unserer Jahresprognose berücksichtigt einerseits die Auswirkungen der schwierigen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf die organische Umsatzentwicklung unserer beiden Unternehmensbereiche. Andererseits reflektiert die angehobene Erwartung für die Profitabilität die positive Entwicklung unserer Bruttomarge, die Vorteile aus den Portfoliooptimierungen sowie die Effizienzsteigerungen im Unternehmen. Die aktualisierte Prognose berücksichtigt auch weiterhin die zum jetzigen Zeitpunkt absehbaren Auswirkungen globaler Zoll-Vereinbarungen und steht im Einklang mit den Markterwartungen zur weiteren Geschäftsentwicklung von Henkel im Laufe des Jahres,“ erläuterte Carsten Knobel den Ausblick.

Für das laufende Geschäftsjahr erwartet Henkel nun ein **organisches Umsatzwachstum** zwischen 1,0 und 2,0 Prozent (statt bisher 1,5 bis 3,5 Prozent). Dabei wird für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies eine organische Umsatzsteigerung von 2,0 bis 3,0 Prozent (statt bisher 2,0 bis 4,0 Prozent) und für den Unternehmensbereich Consumer Brands wird ein Anstieg von 0,5 bis 1,5 Prozent prognostiziert (statt bisher 1,0 bis 3,0 Prozent). Zugleich wird die Erwartung für die **bereinigte Umsatzrendite** (bereinigte EBIT-Marge) angehoben auf eine Bandbreite zwischen 14,5 bis 15,5 Prozent (statt bisher 14,0 bis 15,5 Prozent). Hier wird für Adhesive Technologies von einer bereinigten Umsatzrendite zwischen 16,5 und 17,5 Prozent (statt bisher 16,0 und 17,5 Prozent) und für Consumer Brands zwischen 14,0 und 15,0 Prozent (statt bisher 13,5 bis 15,0

Prozent) ausgegangen. Für das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) bei konstanten Wechselkursen wird unverändert mit einem Anstieg im niedrigen bis hohen einstelligen Prozentbereich gerechnet.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2025

Henkel erzielte im ersten Halbjahr 2025 einen **Konzernumsatz** von 10.402 Mio. Euro. Das entspricht einer nominalen Entwicklung von -3,8 Prozent (Q2: 5.160 Mio. Euro, -6,1 Prozent). Wechselkurseffekte minderten den Umsatz um -2,8 Prozent (Q2: -4,1 Prozent). Akquisitionen und Divestments wirkten sich insgesamt mit -0,9 Prozent negativ auf den Umsatz aus (Q2: -2,9 Prozent). Während hierbei die Veräußerung des Geschäfts mit Handelsmarken in Nordamerika im April 2025 einen negativen Einfluss hatte, leisteten im letzten Jahr getätigte Akquisitionen in beiden Unternehmensbereichen – Seal for Life sowie Vidal Sassoon – einen positiven Beitrag.

Organisch – das heißt, bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – lag der Umsatz mit einer Entwicklung von -0,1 Prozent auf Vorjahresniveau (Q2: +0,9 Prozent). Die Entwicklung war in beiden Unternehmensbereichen durch eine positive Preisentwicklung getragen. Die Volumenentwicklung auf Konzernebene war im ersten Halbjahr leicht rückläufig. Hierzu trug vor allem das deutlich schwierigere geopolitische und gesamtwirtschaftliche Umfeld bei, das sowohl die industrielle Nachfrage als auch die Verbraucherstimmung – insbesondere im ersten Quartal in Nordamerika – beeinflusste.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erreichte im ersten Halbjahr 2025 ein positives organisches Umsatzwachstum von 1,2 Prozent, das vor allem durch das Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik getragen war (Q2: +1,3 Prozent). Der Unternehmensbereich **Consumer Brands** verzeichnete insgesamt eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von -1,6 Prozent. Gegenüber dem ersten Quartal 2025 konnte aber eine sequenzielle Verbesserung erzielt werden (Q2: +0,4 Prozent). Während das Geschäftsfeld Hair im ersten Halbjahr ein positives Umsatzwachstum verzeichnete, entwickelten sich die Geschäftsfelder Laundry & Home Care und Weitere Konsumentengeschäfte rückläufig.

Die Regionen **Europa** und **Nordamerika** verzeichneten im ersten Halbjahr mit -1,9 Prozent (Q2: -1,8 Prozent) beziehungsweise -3,4 Prozent (Q2: -1,2 Prozent) jeweils eine rückläufige organische Umsatzentwicklung, die durch das schwierige geopolitische und makroökonomische Umfeld bedingt war. In der Region **IMEA** erreichte Henkel demgegenüber ein signifikantes organisches Umsatzwachstum von 9,1 Prozent (Q2: +13,9 Prozent). Die Region **Lateinamerika** verzeichnete ein positives organisches Umsatzwachstum von 0,4 Prozent (Q2: -0,6 Prozent). Die Region **Asien/Pazifik** erreichte eine starke organische Umsatzsteigerung von 3,4 Prozent (Q2: +3,1 Prozent).

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis (bereinigtes EBIT)** lag mit 1.614 Mio. Euro leicht über dem Vorjahreswert in Höhe von 1.610 Mio. Euro.

Die **bereinigte Umsatzrendite (bereinigte EBIT-Marge)** des Konzerns verzeichnete einen Anstieg um 60 Basispunkte von 14,9 Prozent auf 15,5 Prozent.

Das **Ergebnis je Vorzugsaktie** erhöhte sich auf 2,66 Euro (Vorjahr: 2,46 Euro). Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie stieg um 1,1 Prozent auf 2,81 Euro gegenüber 2,78 Euro im Vorjahreszeitraum. Bei konstanten Wechselkursen erhöhte sich das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie um 5,0 Prozent.

Das **Netto-Umlaufvermögen** bezogen auf die Umsatzerlöse des zweiten Quartals hat sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 0,8 Prozentpunkte von 5,2 Prozent auf 6,0 Prozent erhöht.

Der **Free Cashflow** in Höhe von 485 Mio. Euro lag unter dem Wert des ersten Halbjahres 2024 (772 Mio. Euro), bedingt unter anderem durch das höhere Nettoumlaufvermögen sowie durch höhere Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte.

Die **Nettofinanzposition** belief sich zum 30. Juni 2025 auf -494 Mio. Euro (31. Dezember 2024: -93 Mio. Euro).

Entwicklung der Unternehmensbereiche im ersten Halbjahr 2025

Der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies erhöhte sich im ersten Halbjahr 2025 **organisch** um 1,2 Prozent (Q2: 1,3 Prozent). Dieses Wachstum wurde durch eine ausgewogene positive Preis- als auch Volumenentwicklung getrieben. Nominal verzeichnete der Unternehmensbereich eine leicht rückläufige Umsatzentwicklung von -1,1 Prozent auf 5.416 Mio. Euro (Q2: 2.701 Mio. Euro).

Das positive organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies im ersten Halbjahr wurde insbesondere durch das Geschäftsfeld **Mobilität & Elektronik** getragen. Dieses erzielte eine gute organische Umsatzsteigerung von 2,8 Prozent (Q2: +2,5 Prozent). Treiber des Wachstums waren die Bereiche Elektronik und Industrie, welche eine zweistellige beziehungsweise eine sehr starke organische Umsatzsteigerung erzielten. Demgegenüber entwickelte sich das Geschäft im Bereich Automobil aufgrund des derzeit herausfordernden Marktumfelds rückläufig. Im Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** lag die organische Umsatzentwicklung auf Vorjahresniveau (Q2: +0,4 Prozent). Dabei verzeichnete der Bereich Verpackungen eine leicht rückläufige organische Umsatzentwicklung, die durch eine positive Umsatzsteigerung im Bereich Konsumgüter kompensiert werden konnte. Im Geschäftsfeld

Handwerk, Bau & Gewerbe erhöhte sich der Umsatz organisch um 0,6 Prozent (Q2: +0,8 Prozent). Dieses Wachstum wurde insbesondere durch eine gute organische Umsatzsteigerung im Geschäftsbereich Bau getragen. Die Bereiche Konsumenten & Handwerker sowie Maschinenbau & Instandhaltung zeigten eine stabile Entwicklung gegenüber dem Vorjahr.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** lag mit 931 Mio. Euro leicht unter dem Vorjahresniveau. Die **bereinigte Umsatzrendite** (bereinigte EBIT-Marge) erhöhte sich hingegen auf 17,2 Prozent gegenüber 17,0 Prozent im Vorjahreszeitraum. Hier wirkte sich insbesondere der Geschäfts-Mix vorteilhaft aus.

Organisch lag die Umsatzentwicklung im Unternehmensbereich **Consumer Brands** im ersten Halbjahr 2025 bei -1,6 Prozent (Q2: +0,4 Prozent). Nominal erreichte der Umsatz 4.907 Mio. Euro (Q2: 2.422 Mio. Euro) und lag damit -6,8 Prozent unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Der Unternehmensbereich verzeichnete eine gute Preisentwicklung gegenüber dem ersten Halbjahr 2024. Das Volumen entwickelte sich hingegen rückläufig, insbesondere bedingt durch ein herausforderndes Konsumenten Umfeld in wesentlichen Märkten wie beispielsweise Nordamerika und Europa.

Das Geschäftsfeld **Laundry & Home Care** verzeichnete im ersten Halbjahr eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von -2,6 Prozent (Q2: -0,9 Prozent). Dabei erzielte der Bereich Reinigungsmittel ein positives organisches Umsatzwachstum, das im Wesentlichen durch die Kategorie Geschirrspülmittel getrieben war. Der Bereich Waschmittel verzeichnete hingegen eine rückläufige organische Umsatzentwicklung. Das Geschäftsfeld **Hair** erreichte in den ersten sechs Monaten des Jahres ein positives organisches Umsatzwachstum von 0,9 Prozent (Q2: +3,2 Prozent). Dabei erzielte das Konsumentengeschäft ein gutes organisches Umsatzwachstum, das maßgeblich durch die sehr starke Entwicklung der Kategorie Haarcoloration sowie durch die gute Entwicklung der Kategorie Haarstyling getrieben war. Das Friseurgeschäft verzeichnete eine leicht rückläufige organische Umsatzentwicklung bedingt durch das herausfordernde Konsumenten Umfeld insbesondere in der Region Nordamerika. Das Geschäftsfeld **Weitere Konsumentengeschäfte** verzeichnete im ersten Halbjahr eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von -4,2 Prozent (Q2: -1,7 Prozent), die vor allem auf eine negative Entwicklung im Bereich Körperpflege in den Regionen Nordamerika und Europa zurückzuführen war.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** lag bei 748 Mio. Euro und damit leicht unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Die **bereinigte Umsatzrendite** (bereinigte EBIT-Marge) erhöhte sich hingegen deutlich auf 15,3 Prozent gegenüber 14,3 Prozent im Vorjahreszeitraum. Hier wirkten

sich die kontinuierliche Valorisierung des Portfolios sowie Einsparungen aus der Optimierung der Supply Chain vorteilhaft aus.

Umsetzung der Wachstumsagenda konsequent vorangetrieben

Im ersten Halbjahr 2025 hat Henkel die strategischen Prioritäten seiner Agenda für ganzheitliches Wachstum weiter erfolgreich umgesetzt und gute Fortschritte erzielt.

In seinem **Klebstoffgeschäft** hilft Henkel der klare Fokus auf die globalen Megatrends Mobilität, Konnektivität, Digitalisierung, Urbanisierung und Nachhaltigkeit seine Wettbewerbsfähigkeit und Resilienz in einem herausforderndem Marktumfeld zu stärken. Im Bereich Nachhaltigkeit zum Beispiel unterstützt Henkel seine Kunden aus verschiedenen Branchen dabei, ihre Umweltziele durch wirkungsvolle, umwelteffiziente Lösungen zu erreichen. Im Unternehmensbereich **Consumer Brands** hat Henkel sein Portfolio weiter fokussiert. Die Top 10-Marken stehen hier inzwischen für rund 60 Prozent des Umsatzes. Im zweiten Quartal verzeichneten die zehn wichtigsten Marken ein organisches Umsatzwachstum von mehr als 3 Prozent, das auf eine ausgewogene und somit positive Preis- und Mengenentwicklung zurückzuführen ist.

Zur weiteren Stärkung der **Wettbewerbsfähigkeit** setzt Henkel auf starke **Innovationen** in attraktiven Geschäftsfeldern. Diese haben auch im ersten Halbjahr 2025 in beiden Unternehmensbereichen zum Wachstum beigetragen. Im Bereich **Adhesive Technologies** erzielt Henkel im Metallverpackungsgeschäft durch einen klaren Fokus auf nachhaltige und kundenorientierte Innovationen ein Wachstum im hohen einstelligen Bereich und wächst damit schneller als der Markt. Ein Beispiel aus diesem Segment ist der von Henkel als erstem Unternehmen auf den Markt gebrachte Niedrigtemperatur- und Niedrigschaum-Dosenreiniger. Diese Innovation ermöglicht eine effiziente und nachhaltige Herstellung von Getränkedosen durch erhebliche Energieeinsparungen und bis zu 25 Prozent weniger Wasserverbrauch. In den vergangenen drei Jahren hat Henkel sein Geschäft in diesem Bereich verdreifacht. Im Unternehmensbereich **Consumer Brands** trug die Einführung der neuen Marke Creme Supreme in weiteren Märkten im zweiten Quartal zum deutlichen Wachstum bei Colorationen im Konsumentengeschäft bei. Creme Supreme ist die erste pflegende Coloration mit einer innovativen Bonding-Technologie. Sie stärkt die Haarstruktur durch Mikroverbindungen und hält die Haarfasern besser zusammen. Außerdem bildet sie eine Schutzschicht, die das Haar umhüllt und so Haarbruch vorbeugt.

„Nach einem verhaltenen Start ins Geschäftsjahr 2025 ist es uns gelungen, beim Umsatz eine deutliche Verbesserung im zweiten Quartal zu erzielen – insbesondere mit Blick auf unser Konsumgütergeschäft. Gleichzeitig haben wir die Profitabilität in beiden Unternehmensbereichen weiter stark gesteigert“, sagte Carsten Knobel. „Es zeigt sich, dass die Transformation von Henkel

bereits erfolgreich ist. Wir werden diese auch weiter vorantreiben, um langfristig noch besser und wettbewerbsfähiger aufgestellt zu sein. Wir verändern Henkel 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 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 2024 erzielte Henkel einen Umsatz von rund 21,6 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,1 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 47.000 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

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

Kennzahlen 2. Quartal 2025 und 1-6 2025



in Mio. Euro	Umsatz		EBIT	EBIT-Marge
	Q2	1-6	1-6	1-6
Adhesive Technologies				
2025	2.701	5.416	901	16,6%
2024	2.798	5.475	874	16,0%
organisches Wachstum	1,3%	1,2%	-	-
2025 bereinigt ¹⁾	-	-	931	17,2%
2024 bereinigt ¹⁾	-	-	933	17,0%
Consumer Brands				
2025	2.422	4.907	725	14,8%
2024	2.662	5.266	674	12,8%
organisches Wachstum	0,4%	-1,6%	-	-
2025 bereinigt ¹⁾	-	-	748	15,3%
2024 bereinigt ¹⁾	-	-	753	14,3%
Henkel				
2025	5.160	10.402	1.541	14,8%
2024	5.496	10.813	1.470	13,6%
organisches Wachstum	0,9%	-0,1%	-	-
2025 bereinigt ¹⁾	-	-	1.614	15,5%
2024 bereinigt ¹⁾	-	-	1.610	14,9%
	1-6 2024	1-6 2025	Veränd.	
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	2,46	2,66	8,1%	
Bereinigtes ¹⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	2,78	2,81	1,1%	
bei konstanten Wechselkursen			5,0%	

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