

Quartalsmitteilung Q3 2025

Juli–September

Beide Unternehmensbereiche mit positivem organischem Umsatzwachstum

Höheres organisches Umsatzwachstum in Q3 – beide Unternehmensbereiche mit positiver Mengenentwicklung

- Konzernumsatz: 5,1 Mrd Euro, organisch + 1,4 Prozent
- Adhesive Technologies: organisches Umsatzwachstum von 2,5 Prozent mit positiver Mengen- und Preisentwicklung
- Consumer Brands: organisches Umsatzwachstum von 0,4 Prozent mit positiver Mengenentwicklung trotz weiterhin gedämpfter Konsumnachfrage
- Gutes organisches Umsatzwachstum in Nordamerika getragen von beiden Unternehmensbereichen
- Integration der Konsumgütergeschäfte bis Jahresende erfolgreich abgeschlossen
- Ausblick 2025: Bandbreiten unverändert

Düsseldorf, 6. November 2025 – Henkel hat im **dritten Quartal 2025** in einem weiterhin herausfordernden Marktumfeld – sowohl im Hinblick auf die industrielle Nachfrage als auch auf die global eingetrübte Verbraucherstimmung – eine robuste Umsatzentwicklung gezeigt und einen **Konzernumsatz** von rund 5,1 Mrd Euro erzielt. Das entspricht einem organischen Zuwachs von 1,4 Prozent. Das Wachstum auf Konzernebene war insbesondere durch eine insgesamt positive Entwicklung der Absatzmengen getragen bei gleichzeitig stabiler Preisentwicklung.

„Wie erwartet, hat sich die Umsatzentwicklung im dritten Quartal weiter beschleunigt. Dazu trug insbesondere der Unternehmensbereich Adhesive Technologies bei, aber auch der Bereich Consumer Brands verzeichnete eine positive organische Umsatzentwicklung. Aus regionaler Sicht ist insbesondere die gute Umsatzentwicklung in Nordamerika hervorzuheben, zu der beide Unternehmensbereiche mit einem positiven Umsatzwachstum beitrugen. Das zeigt, dass unsere Maßnahmen greifen“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel.

„Zudem setzte sich im dritten Quartal die gute Ergebnisentwicklung fort, während wir zugleich die Investitionen in unsere Geschäfte und Marken konsequent weiterverfolgt haben. Gleichzeitig kommen wir mit der Integration unserer Konsumgütergeschäfte weiter sehr gut voran und werden den Prozess wie angekündigt zum Jahresende erfolgreich abschließen

können. Dabei gehen wir davon aus, die vollen Kosteneinsparungen in Höhe von mindestens 525 Millionen Euro zum Ende des laufenden Geschäftsjahres zu realisieren“, erläuterte Carsten Knobel weiter.

„Wir halten an unserer Jahresprognose für 2025 fest, wenngleich die Unsicherheit und Herausforderungen in den globalen Märkten weiter anhalten. Wir gehen unverändert davon aus, dass sowohl die bereinigte Umsatzrendite für die Gruppe als auch die Entwicklung des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie bei konstanten Wechselkursen gut innerhalb unserer aktuellen Prognosespannen liegen werden. Falls sich das gesamtwirtschaftliche Umfeld bis zum Jahresende nicht spürbar verbessert, gehen wir davon aus, dass das organische Umsatzwachstum für die Gruppe am unteren Ende der aktuellen Bandbreite von 1 bis 2 Prozent liegen wird“, führte Carsten Knobel weiter aus.

Umsatzentwicklung nach Unternehmensbereichen

in Mio Euro	Umsatz		+/-	Organisch
	Q3/2024	Q3/2025		
Drittes Quartal				
Henkel-Konzern	5.492	5.147	-6,3%	1,4%
Adhesive Technologies	2.800	2.708	-3,3%	2,5%
Consumer Brands	2.653	2.402	-9,5%	0,4%
Januar–September	1–9/2024	1–9/2025		
Henkel-Konzern	16.305	15.549	-4,6%	0,4%
Adhesive Technologies	8.275	8.124	-1,8%	1,6%
Consumer Brands	7.919	7.308	-7,7%	-1,0%

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte im dritten Quartal eine gute organische Umsatzsteigerung, die durch die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik sowie Handwerk, Bau & Gewerbe getrieben war. Das positive organische Umsatzwachstum im Unternehmensbereich **Consumer Brands** war insbesondere durch das globale Geschäftsfeld Hair getragen.

Umsatzentwicklung Konzern

Der **Konzernumsatz** verringerte sich im **dritten Quartal 2025 nominal** um -6,3 Prozent auf 5.147 Mio Euro. Effekte aus Akquisitionen und Divestments wirkten sich mit -2,9 Prozent negativ auf die Umsatzentwicklung aus. Wechselkurseffekte minderten den Umsatz um -4,8 Prozent. **Organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – stieg der Umsatz um 1,4 Prozent. Dieses Wachstum wurde auf Konzernebene durch eine stabile Preisentwicklung sowie eine insgesamt gute Volumenentwicklung getragen.

In den **ersten neun Monaten 2025** erreichte der **Umsatz** 15.549 Mio Euro. Dies entspricht einer **nominalen** Entwicklung von -4,6 Prozent. **Organisch** erzielte Henkel eine positive Umsatzsteigerung von 0,4 Prozent, die durch eine positive Preisentwicklung getragen war. Die Volumenentwicklung auf Konzernebene war hingegen leicht rückläufig.

Umsatzentwicklung Konzern

in Mio Euro	Q3/2024	Q3/2025	1-9/2024	1-9/2025
Umsatz	5.492	5.147	16.305	15.549
Veränderung zum Vorjahr	1,0%	-6,3%	-0,4%	-4,6%
Wechselkurseffekte	-3,6%	-4,8%	-2,4%	-3,5%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	4,5%	-1,5%	2,1%	-1,2%
Akquisitionen/Divestments	1,2%	-2,9%	-1,0%	-1,6%
Organisch	3,3%	1,4%	3,0%	0,4%
Davon Preis	2,1%	-0,1%	2,4%	0,9%
Davon Menge	1,2%	1,5%	0,6%	-0,4%

Das organische Umsatzwachstum im **dritten Quartal** wurde durch die Regionen **Nordamerika**, **IMEA**, und **Asien/Pazifik** getragen. Die Regionen **Europa** und **Lateinamerika** verzeichneten hingegen eine rückläufige organische Umsatzentwicklung.

Umsatzentwicklung nach Regionen

	Europa	IMEA	Nordamerika	Lateinamerika	Asien/Pazifik	Corporate	Konzern
in Mio Euro							
Umsatz¹ Juli–September 2025	1.990	537	1.319	369	895	37	5.147
Umsatz ¹ Juli–September 2024	2.047	580	1.509	401	915	40	5.492
Veränderung gegenüber Vorjahresquartal	-2,8%	-7,4%	-12,6%	-8,0%	-2,1%	–	-6,3%
Organisch	-2,0%	10,0%	2,3%	-2,9%	4,9%	–	1,4%
Anteil am Konzernumsatz 2025	39%	10%	26%	7%	17%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz 2024	37%	11%	27%	7%	17%	1%	100%

¹ Nach Sitz der Gesellschaft.

In den **ersten neun Monaten 2025** wurde das positive organische Umsatzwachstum von Henkel durch die Regionen **IMEA** und **Asien/Pazifik** getragen.

Umsatzentwicklung nach Regionen

in Mio Euro	Europa	IMEA	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/Pazifik	Corpo-rate	Konzern
Umsatz¹							
Januar–September 2025	5.970	1.616	4.141	1.119	2.587	117	15.549
Umsatz ¹							
Januar–September 2024	6.118	1.712	4.542	1.265	2.556	111	16.305
Veränderung gegenüber Vorjahr	-2,4%	-5,6%	-8,8%	-11,5%	1,2%	–	-4,6%
Organisch	-1,9%	9,4%	-1,6%	-0,6%	3,9%	–	0,4%
Anteil am Konzernumsatz 2025	38%	10%	27%	7%	17%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz 2024	38%	11%	28%	8%	16%	1%	100%

¹ Nach Sitz der Gesellschaft.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erzielte im **dritten Quartal 2025** einen **Umsatz** von 2.708 Mio Euro. Das entspricht einem nominalen Rückgang um -3,3 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um 2,5 Prozent. Dieses Wachstum wurde durch eine positive Preis- und Volumenentwicklung getragen. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um -4,9 Prozent. Akquisitionen/Divestments wirkten sich mit -0,9 Prozent ebenfalls negativ aus.

In den **ersten neun Monaten 2025** zeigte der Unternehmensbereich Adhesive Technologies ein negatives **nominales** Umsatzwachstum von -1,8 Prozent auf 8.124 Mio Euro. **Organisch** erreichte Adhesive Technologies eine gute Umsatzsteigerung von 1,6 Prozent.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

in Mio Euro	Q3/2024	Q3/2025	1–9/2024	1–9/2025
Umsatz	2.800	2.708	8.275	8.124
Anteil am Konzernumsatz	51%	53%	51%	52%
Veränderung zum Vorjahr	3,3%	-3,3%	1,1%	-1,8%
Wechselkurseffekte	-3,3%	-4,9%	-2,4%	-3,3%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,5%	1,6%	3,5%	1,5%
Akquisitionen/Divestments	2,8%	-0,9%	0,9%	-0,2%
Organisch	3,7%	2,5%	2,5%	1,6%
Davon Preis	-0,2%	0,5%	0,1%	0,7%
Davon Menge	3,9%	2,0%	2,4%	0,9%

Das gute organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies im dritten Quartal wurde durch die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik und Handwerk, Bau & Gewerbe getrieben. Das Geschäftsfeld **Mobilität & Elektronik** erzielte eine sehr starke

organische Umsatzsteigerung von 5,9 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** zeigte eine leicht rückläufige organische Umsatzentwicklung von -1,1 Prozent. Dabei verzeichnete der Geschäftsbereich Verpackungen eine rückläufige Umsatzentwicklung. Der Geschäftsbereich Konsumgüter erzielte hingegen ein positives Wachstum. Im Geschäftsfeld **Handwerk, Bau & Gewerbe** erhöhte sich der Umsatz organisch um 2,2 Prozent. Hierzu trug der Geschäftsbereich Maschinenbau & Instandhaltung mit einer starken Umsatzsteigerung bei. Der Geschäftsbereich Bau verzeichnete ein gutes Wachstum, während der Geschäftsbereich Konsumenten & Handwerker ein positives Wachstum erreichte.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz			
Drittes Quartal	Q3/2024	Q3/2025	+/-	Organisch
Adhesive Technologies	2.800	2.708	-3,3%	2,5%
Mobilität & Elektronik	989	991	0,2%	5,9%
Verpackungen & Konsumgüter	841	767	-8,8%	-1,1%
Handwerk, Bau & Gewerbe	969	950	-2,0%	2,2%
Januar–September	1–9/2024	1–9/2025		
Adhesive Technologies	8.275	8.124	-1,8%	1,6%
Mobilität & Elektronik	2.926	2.934	0,3%	3,8%
Verpackungen & Konsumgüter	2.520	2.355	-6,5%	-0,4%
Handwerk, Bau & Gewerbe	2.829	2.834	0,2%	1,2%

Aus regionaler Sicht verzeichnete der Unternehmensbereich Adhesive Technologies im dritten Quartal in **Europa** ein leicht rückläufiges organisches Umsatzwachstum. Während das Geschäftsfeld Handwerk, Bau & Gewerbe eine positive Entwicklung erzielte, verzeichneten die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik sowie Verpackungen & Konsumgüter eine rückläufige Entwicklung. Die Region **Nordamerika** erzielte dagegen eine gute organische Umsatzentwicklung, die durch die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik sowie Handwerk, Bau & Gewerbe getrieben wurde. In der Region **IMEA** erreichte der Unternehmensbereich eine zweistellige organische Umsatzsteigerung, zu der alle drei Geschäftsfelder beigetragen haben. Die Region **Lateinamerika** verzeichnete eine rückläufige organische Umsatzentwicklung, die durch alle drei Geschäftsfelder verursacht wurde. Die Region **Asien/Pazifik** erreichte ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum, das insbesondere auf eine zweistellige Umsatzsteigerung des Bereichs Elektronik in China zurückzuführen ist.

Umsatzentwicklung Consumer Brands

Im **dritten Quartal 2025** lag der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Consumer Brands bei 2.402 Mio Euro und damit **nominal** -9,5 Prozent unter dem Vorjahresquartal. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erreichte der Unternehmensbereich eine positive Umsatzsteigerung von 0,4 Prozent, die durch eine positive Volumenkomponente getragen war. Demgegenüber war die Preisentwicklung leicht

rückläufig. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um -4,8 Prozent. Akquisitionen/Divestments – insbesondere die Veräußerung des Geschäfts mit Handelsmarken in Nordamerika – wirkten sich mit -5,0 Prozent ebenfalls negativ auf den Umsatz aus.

In den **ersten neun Monaten 2025** lag der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Consumer Brands mit 7.308 Mio Euro **nominal** -7,7 Prozent unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums. **Organisch** entwickelte sich der Umsatz volumengetrieben leicht rückläufig um -1,0 Prozent.

Umsatzentwicklung Consumer Brands

in Mio Euro	Q3/2024	Q3/2025	1-9/2024	1-9/2025
Umsatz	2.653	2.402	7.919	7.308
Anteil am Konzernumsatz	48%	47%	49%	47%
Veränderung zum Vorjahr	-1,6%	-9,5%	-1,8%	-7,7%
Wechselkurseffekte	-3,9%	-4,8%	-2,5%	-3,7%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	2,3%	-4,6%	0,8%	-4,0%
Akquisitionen/Divestments	-0,3%	-5,0%	-2,9%	-3,0%
Organisch	2,7%	0,4%	3,7%	-1,0%
Davon Preis	4,4%	-0,6%	4,9%	1,0%
Davon Menge	-1,7%	0,9%	-1,2%	-1,9%

Das Geschäftsfeld **Laundry & Home Care** verzeichnete im dritten Quartal unter anderem bedingt durch ein herausforderndes Marktumfeld eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von -1,5 Prozent. Vor diesem Hintergrund zeigte der Bereich Waschmittel insgesamt eine negative Umsatzentwicklung. Während die Kategorie Universalwaschmittel eine rückläufige Entwicklung nahm, verzeichnete die Kategorie Feinwaschmittel ein zweistelliges Umsatzwachstum. Demgegenüber erzielte der Bereich Reinigungsmittel eine stabile organische Umsatzentwicklung, die insbesondere durch eine sehr starke Umsatzsteigerung in der Kategorie Geschirrspülmittel getrieben wurde. Die Kategorie Oberflächenreiniger lag hingegen unter dem Vorjahresniveau.

Das Geschäftsfeld **Hair** erreichte einen sehr starken organischen Umsatzanstieg von 4,4 Prozent. Dabei erzielten sowohl das Konsumentengeschäft – insbesondere getragen von den Kategorien Haarstyling und Haarcoloration – als auch das Friseurgeschäft jeweils eine sehr starke Umsatzsteigerung.

Das Geschäftsfeld **Weitere Konsumentengeschäfte** verzeichnete eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von -3,2 Prozent, die vor allem auf eine negative Entwicklung im Bereich Körperpflege in den Regionen Nordamerika und Europa zurückzuführen ist.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz			
Drittes Quartal	Q3/2024	Q3/2025	+/-	Organisch
Consumer Brands	2.653	2.402	-9,5%	0,4%
Laundry & Home Care	1.649	1.409	-14,6%	-1,5%
Hair	829	833	0,6%	4,4%
Weitere Konsumentengeschäfte	175	159	-9,0%	-3,2%
Januar–September	1–9/2024	1–9/2025		
Consumer Brands	7.919	7.308	-7,7%	-1,0%
Laundry & Home Care	4.974	4.392	-11,7%	-2,2%
Hair	2.437	2.454	0,7%	2,1%
Weitere Konsumentengeschäfte	508	462	-9,1%	-3,8%

Aus regionaler Sicht verzeichnete der Unternehmensbereich Consumer Brands im dritten Quartal in der Region **Europa** eine rückläufige organische Umsatzentwicklung. Dabei erzielte das Geschäftsfeld Hair eine gute Umsatzsteigerung, während sich das Geschäftsfeld Laundry & Home Care negativ entwickelte. Die Region **Nordamerika** erzielte eine insgesamt gute organische Umsatzsteigerung, die insbesondere durch das Geschäftsfeld Hair getrieben war. Die Region **IMEA** erreichte eine deutliche organische Umsatzsteigerung. Die Region **Lateinamerika** erzielte ein positives organisches Umsatzwachstum, getrieben durch das Geschäftsfeld Hair. Die Region **Asien/Pazifik** verzeichnete ebenfalls ein positives organisches Umsatzwachstum. Dabei zeigte das Geschäftsfeld Hair ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum, während sich das Geschäftsfeld Laundry & Home Care unter Vorjahresniveau entwickelte.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 30. Juni 2025.

Ausblick des Henkel-Konzerns

Für den Henkel-Konzern erwarten wir im Geschäftsjahr 2025 ein **organisches Umsatzwachstum** von 1,0 bis 2,0 Prozent. Dabei wird für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies von einer organischen Umsatzsteigerung von 2,0 bis 3,0 Prozent ausgegangen. Für den Unternehmensbereich Consumer Brands wird ein Anstieg von 0,5 bis 1,5 Prozent prognostiziert.

Die **bereinigte Umsatzrendite** (bereinigte EBIT-Marge) wird auf Konzern-Ebene in einer Bandbreite von 14,5 bis 15,5 Prozent erwartet. Für Adhesive Technologies wird von einer bereinigten Umsatzrendite zwischen 16,5 und 17,5 Prozent ausgegangen. Für Consumer Brands wird eine bereinigte Umsatzrendite zwischen 14,0 und 15,0 Prozent prognostiziert.

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

Falls sich das gesamtwirtschaftliche Umfeld bis zum Jahresende jedoch nicht spürbar verbessert, wird das organische Umsatzwachstum für die Gruppe sowie für die beiden Unternehmensbereiche am unteren Ende der jeweiligen aktuellen Prognosespannen liegen. Demgegenüber gehen wir unverändert davon aus, dass sowohl die bereinigte Umsatzrendite für die Gruppe – sowie für die beiden Unternehmensbereiche – als auch die Entwicklung des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie bei konstanten Wechselkursen gut innerhalb unserer aktuellen Prognosespannen liegen werden.

Darüber hinaus haben wir für 2025 die folgenden Erwartungen:

- Akquisitionen/Divestments: negativer Effekt im niedrigen einstelligen Prozentbereich auf das nominale Umsatzwachstum
- Umrechnung von Umsatzerlösen in Fremdwährung: negativer Effekt im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
- Preise für direkte Materialien: Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich im Vergleich zum Vorjahresdurchschnitt
- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 150 bis 200 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 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.

Finanzkalender

Veröffentlichung des Berichts über das Geschäftsjahr 2025:

Mittwoch, 11. März 2026

Hauptversammlung der Henkel AG & Co. KGaA 2026:

Montag, 27. April 2026

Veröffentlichung der Quartalsmitteilung Q1 2026:

Donnerstag, 7. Mai 2026

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.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