

News Release

9. März 2026

Attraktive Wachstumschance für Henkel Consumer Brands in Nordamerika

Henkel vereinbart Übernahme der Haarpflege- und Styling Marke „Not Your Mother’s“ in den USA

- **Ergänzung des Consumer-Hair-Portfolios um eine starke Haarpflege- und Stylingmarke mit rund 190 Mio. Euro Umsatz in Nordamerika**
- **Starke und kontinuierliche Wachstumsdynamik in den vergangenen Jahren**
- **Attraktive Marke mit hoher Wertschätzung bei Kunden und Verbraucher:innen**
- **Akquisition eröffnet Chancen für Innovationen sowie Synergien mit Know-how von Henkel in den Bereichen Haarpflege und Styling**

Düsseldorf – Henkel hat eine Vereinbarung zur Übernahme von „Not Your Mother’s“, einer führenden und schnell wachsenden Haarpflege- und Styling-Konsumentenmarke in Nordamerika, unterzeichnet. Das Unternehmen befindet sich im Besitz der Private-Equity-Investor Main Post Partners. Die Transaktion ist ein weiterer wichtiger Schritt in Henkels Agenda für ganzheitliches Wachstum und verstärkt die Position des Unternehmens im Haarpflegengeschäft, eine der Kernkategorien im Unternehmensbereich Consumer Brands.

„Not Your Mother’s“ ist eine erfolgreiche Haarmarke mit einem breiten Angebot an Shampoos, Conditionern, Treatments und Styling Produkten. Das innovative Portfolio umfasst in den USA bekannte Produktlinien wie Curl Talk, Clean Freak, Beach Babe, Plump for Joy und All Eyes On Me. Im Geschäftsjahr 2025 erzielte die Marke einen Umsatz von rund 190 Mio. Euro und ein zweistelliges Wachstum sowie eine starke Bruttomarge – ein Zeichen für ihre starke Marktposition.

„Die geplante Übernahme von ‚Not Your Mother’s‘ untermauert unserer Strategie, das Portfolio durch attraktive und wertsteigernde Akquisitionen auszubauen. Mit der angestrebten Transaktion wollen wir unsere Präsenz im nordamerikanischen Hair-Segment für Konsumenten

weiter stärken. Diese Übernahme bietet das Potenzial für verbraucherorientierte Innovationen und für eine Beschleunigung der Wachstumsdynamik unseres Konsumentengeschäfts“, sagte Henkel-CEO Carsten Knobel.

Wolfgang König, Vorstand bei Henkel für den Unternehmensbereich Consumer Brands, ergänzte: „Not Your Mother’s ist eine perfekte strategische Ergänzung für unser erfolgreiches Haarpflegegeschäft. Die Marke verfügt über eine ausgeprägte und starke Markenidentität, kombiniert mit konsumentennahen Innovationen und hoher digitaler Marketingkompetenz. Die Übernahme bietet zudem Chancen für Innovation und Synergien mit unserer Expertise in Haarpflege und Styling in den USA – dem größten Haarmarkt der Welt.“

Die Transaktion steht noch unter dem Vorbehalt üblicher Vollzugsbedingungen sowie kartellrechtlicher Genehmigungen. Die Parteien haben vereinbart, zum jetzigen Zeitpunkt keine 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 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

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.klueppelholz@henkel.com

Hanna Philipps

Tel.: +49 211 797 - 3626

E-Mail: hanna.philipps@henkel.com