

News Release

11. März 2026

Henkel veröffentlicht Jahresergebnisse für 2025: Dividende soll weiter steigen

Henkel erzielt 2025 organisches Wachstum und steigert Ertragskraft durch Innovationen und mehr Effizienz

- **Gute Geschäftsentwicklung im Geschäftsjahr 2025**
 - Umsatz: 20,5 Mrd. Euro, organisches Wachstum von 0,9 Prozent
 - Betriebliches Ergebnis (EBIT)*: 3,0 Mrd. Euro, leicht unter Vorjahr aufgrund deutlich negativer Wechselkurseffekte
 - EBIT-Marge*: 14,8 Prozent, Verbesserung um 50 Basispunkte
 - Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)*: 5,33 Euro, +4,7 Prozent (währungsbereinigt)
 - Starker Free Cashflow von rund 1,9 Mrd. Euro
- **Dividendenerhöhung um 1,5 Prozent auf 2,07 Euro je Vorzugsaktie vorgeschlagen**
- **Umsetzung der strategischen Wachstumsagenda weiter konsequent vorangetrieben**
 - Zusammenschluss der Konsumentengeschäfte schneller als geplant abgeschlossen
 - Jüngste Zukäufe in beiden Unternehmensbereichen stärken Wachstumspotenzial
- **Ausblick 2026: Weiteres Umsatz- und Ergebniswachstum erwartet**
 - Organisches Umsatzwachstum: 1,0 bis 3,0 Prozent
 - EBIT-Marge*: 14,5 bis 16,0 Prozent
 - Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)*: Anstieg im niedrigen bis hoch einstelligen Prozentbereich (bei konstanten Wechselkursen)

Düsseldorf – Henkel hat in einem herausfordernden Jahr 2025, das von moderatem globalem Wirtschaftswachstum in einem schwierigen geopolitischen Umfeld geprägt war, insgesamt eine gute Geschäftsentwicklung verzeichnet.

Der Konzernumsatz belief sich im Geschäftsjahr 2025 auf rund 20,5 Milliarden Euro, die bereinigte EBIT-Marge erhöhte sich um 50 Basispunkte auf 14,8 Prozent. Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie stieg währungsbereinigt um 4,7 Prozent.

„Unser geschäftliches Umfeld war und ist von großen Herausforderungen gekennzeichnet, unter anderem durch militärische Konflikte, geopolitische Spannungen in vielen Teilen der Welt sowie weitreichende Zoll- und Handelsstreitigkeiten. Die damit verbundenen Unsicherheiten haben im abgelaufenen Jahr die Konsumstimmung und die industrielle Nachfrage belastet. Und mit dem Ende Februar begonnenen Krieg im Nahen Osten haben die Unwägbarkeiten noch einmal deutlich zugenommen“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel. „Trotz der anhaltend schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist es uns gelungen, Henkel im Jahr 2025 erfolgreich weiterzuentwickeln. Wir haben viele unserer Ziele erreicht oder sogar übertroffen und die Transformation unseres Unternehmens weiter vorangetrieben. Wir konnten unseren Umsatz organisch weiter steigern und haben die Ertragskraft unseres Unternehmens deutlich erhöht. Wir wollen unsere Aktionäre an der guten Entwicklung des Unternehmens teilhaben lassen. Daher werden wir ihnen eine um 1,5 Prozent erhöhte Dividende vorschlagen.“

„Wir konnten in beiden Unternehmensbereichen, Adhesive Technologies und Consumer Brands, den Umsatz organisch steigern und die Profitabilität weiter verbessern, vor allem durch Innovationen, weitere Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung sowie das stärkere Wachstum margenstarker Bereiche. Dabei war die Entwicklung im Unternehmensbereich Consumer Brands durch die Umsetzung der Integration, fortgesetzte Einsparungen sowie die weitere Valorisierung, also die gezielte Verbesserung des Produktportfolios, getragen. Gleichzeitig haben wir in beiden Unternehmensbereichen weiter in die Zukunft investiert: in die Stärkung unserer Marken, in Innovationen sowie in Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Darüber hinaus haben wir in den letzten drei Monaten in beiden Unternehmensbereichen Zukäufe mit einem Umsatzvolumen von zusammen rund 1,2 Milliarden Euro vereinbart, um unsere Geschäfte gezielt zu stärken und ihr Wachstumspotenzial auszubauen. Die Ergebnisse des Jahres 2025 zeigen eindeutig: Wir sind mit unserer Strategie für nachhaltiges, ganzheitliches Wachstum auf dem richtigen Weg, um das Unternehmen auf die Zukunft auszurichten. Dies zeigt auch der Ausblick für das Geschäftsjahr 2026, für das wir weiteres Umsatz- und Ergebniswachstum erwarten, auch wenn der Start in das Jahr voraussichtlich etwas verhaltener ausfallen wird. Ich möchte allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern herzlich für ihre großartigen Leistungen danken. Durch ihre Teamarbeit und

ihren großartigen Einsatz haben wir unser Unternehmen erneut erfolgreich durch ein herausforderndes Umfeld führen können“, fasste Carsten Knobel zusammen.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Geschäftsjahr 2025

Im Geschäftsjahr 2025 lag der **Konzernumsatz** bei 20.495 Mio. Euro und damit nominal um -5,1 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Wechselkurseffekte wirkten sich mit -4,2 Prozent negativ auf den Umsatz aus. Bereinigt um Wechselkurseffekte lag das Umsatzwachstum bei -0,8 Prozent. Akquisitionen/Divestments hatten – insbesondere bedingt durch die Veräußerung des Geschäfts mit Handelsmarken in Nordamerika im Unternehmensbereich Consumer Brands – mit -1,7 Prozent ebenfalls einen negativen Einfluss auf den Umsatz. Die **organische Umsatzentwicklung**, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, war mit 0,9 Prozent positiv. Dieser Anstieg war insbesondere preisbedingt, während das Volumen eine Entwicklung auf Vorjahresniveau verzeichnete.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** verzeichnete eine gute organische Umsatzsteigerung von 1,5 Prozent, die insbesondere durch das Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik getragen war. Der Unternehmensbereich **Consumer Brands** erreichte ein positives organisches Umsatzwachstum von 0,3 Prozent, insbesondere getrieben durch das Geschäftsfeld Haar.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis (bereinigtes EBIT)** lag aufgrund deutlich negativer Wechselkurseffekte mit 3.026 Mio. Euro unter dem Vorjahresniveau (2024: 3.089 Mio. Euro).

Die **bereinigte Umsatzrendite (bereinigte EBIT-Marge)** lag im Berichtsjahr mit einem Wert von 14,8 Prozent hingegen über dem Niveau des Vorjahres (2024: 14,3 Prozent).

Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** verringerte sich leicht um -0,6 Prozent auf 5,33 Euro (2024: 5,36 Euro). Bei konstanten Wechselkursen erhöhte sich das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie um 4,7 Prozent.

Das **Nettoumlaufvermögen** in Prozent vom Umsatz betrug 3,8 Prozent und lag damit über dem Vorjahresniveau (2024: 3,0 Prozent).

Der **Free Cashflow** erreichte einen Wert von 1.850 Mio. Euro und lag damit unter dem Vorjahreswert (2024: 2.362 Mio. Euro). Diese Entwicklung war durch die Veränderung des Nettoumlaufvermögens sowie durch Translationseffekte aus der Wechselkursumrechnung bedingt.

Die **Nettofinanzposition** lag – trotz Auszahlungen für die Dividende und für das Aktienrückkaufprogramm – mit 109 Mio. Euro über dem Vorjahresniveau (31. Dezember 2024: -93 Mio. Euro).

Vorstand, Aufsichtsrat und Gesellschafterausschuss schlagen der Hauptversammlung am 27. April 2026 eine im Vergleich zum Vorjahr um 1,5 Prozent erhöhte **Dividende** von 2,07 Euro je Vorzugsaktie und 2,05 Euro je Stammaktie vor. Die Erhöhung der Dividende ist dank der guten finanziellen Performance im abgelaufenen Geschäftsjahr sowie der starken Finanzbasis des Henkel-Konzerns möglich. Die Ausschüttungsquote beträgt dabei unverändert 37,9 Prozent. Diese liegt innerhalb der angestrebten Bandbreite von 30 bis 40 Prozent.

Entwicklung der Unternehmensbereiche im Geschäftsjahr 2025

Der **Umsatz** des Unternehmensbereichs **Adhesive Technologies** erreichte im Berichtsjahr 10.667 Mio. Euro und verringerte sich damit nominal um -2,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um -4,1 Prozent. Akquisitionen/Divestments hatten einen Einfluss von -0,1 Prozent. **Organisch** erhöhte sich der Umsatz um 1,5 Prozent. Diese Umsatzsteigerung war insbesondere in der zweiten Jahreshälfte durch eine positive Volumenentwicklung gegenüber dem Vorjahr getragen, bedingt durch eine leicht verbesserte Nachfrage in einigen wesentlichen Endmärkten. Die Preise entwickelten sich ebenfalls positiv im Vergleich zum Vorjahr. Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** lag mit 1.779 Mio. Euro leicht unter dem Vorjahresniveau. Die Bruttomarge blieb gegenüber dem Vorjahr unverändert auf einem hohen Niveau. Die **bereinigte Umsatzrendite** erhöhte sich leicht gegenüber dem Vorjahr und erreichte 16,7 Prozent.

Der **Umsatz** des Unternehmensbereichs **Consumer Brands** erreichte im Berichtsjahr 9.677 Mio. Euro und lag damit nominal um -7,5 Prozent unterhalb des Vorjahresniveaus. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um -4,4 Prozent. Akquisitionen/Divestments wirkten sich – insbesondere bedingt durch die Veräußerung des Geschäfts mit Handelsmarken in Nordamerika im April 2025 – mit -3,4 Prozent ebenfalls negativ auf den Umsatz aus. **Organisch** erhöhte sich der Umsatz um 0,3 Prozent. Diese Umsatzsteigerung war durch eine gute Preisentwicklung bedingt, während sich das Volumen leicht rückläufig entwickelte. Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** lag mit 1.400 Mio. Euro nahezu auf dem Vorjahresniveau. Die Bruttomarge entwickelte sich hingegen deutlich positiv. Die **bereinigte Umsatzrendite** erreichte 14,5 Prozent und erhöhte sich damit deutlich gegenüber dem Vorjahr.

Ausblick für das Geschäftsjahr 2026

Nach der moderaten Wachstumsdynamik im vergangenen Geschäftsjahr wird für das Jahr 2026 ein weiterhin verhaltenes Wachstum der globalen Wirtschaftsleistung prognostiziert. Auch im

Jahr 2026 dürfte die globale konjunkturelle Entwicklung durch anhaltende geopolitische Unsicherheiten sowie ein insgesamt hohes Preisniveau geprägt sein. Dabei wird sowohl von einem lediglich moderaten Anstieg der industriellen Nachfrage als auch der Konsumentennachfrage in für Henkel wesentlichen Bereichen des Konsumgütergeschäfts ausgegangen.

Aus der Umrechnung von Umsatzerlösen in Fremdwährung wird ein negativer Einfluss im niedrigen einstelligen Prozentbereich erwartet. Bezüglich der Preise für direkte Materialien wird von einem Anstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich im Vergleich zum Jahresdurchschnitt 2025 ausgegangen.

Unter Berücksichtigung dieser Annahmen erwartet Henkel im Geschäftsjahr 2026 ein **organisches Umsatzwachstum** zwischen 1,0 und 3,0 Prozent. Dabei wird für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies ein Wachstum zwischen 1,0 und 3,0 Prozent erwartet und für Consumer Brands zwischen 0,5 und 2,5 Prozent. Die **bereinigte Umsatzrendite (bereinigte EBIT-Marge)** wird in einer Bandbreite von 14,5 bis 16,0 Prozent erwartet. Hier wird für Adhesive Technologies von einer bereinigten Umsatzrendite zwischen 16,5 und 18,0 Prozent und für Consumer Brands zwischen 14,0 und 15,5 Prozent ausgegangen. Für das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)** bei konstanten Wechselkursen wird von einem Anstieg im niedrigen bis hohen einstelligen Prozentbereich ausgegangen.

Große Fortschritte bei der Transformation

Henkel hat sich in den vergangenen Jahren in vielen Bereichen grundlegend erneuert und seine strategische Agenda für ganzheitliches Wachstum konsequent weiter umgesetzt. Ein zentraler Faktor für den dauerhaften Erfolg ist die Bereitschaft, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und Veränderungen aktiv zu gestalten.

Consumer Brands: Zusammenschluss erfolgreich abgeschlossen

Die Zusammenführung der Konsumgütergeschäfte zu dem Unternehmensbereich **Consumer Brands**, die Anfang 2022 angekündigt wurde, wurde Ende des Geschäftsjahres 2025 abgeschlossen. Insgesamt konnten dabei die ursprünglich angestrebten 525 Millionen Euro an jährlichen Einsparungen zum Ende des Geschäftsjahres 2025 übertroffen werden. Damit wurde die Integration des Unternehmensbereichs Consumer Brands erfolgreich abgeschlossen – ein Jahr früher als ursprünglich angestrebt.

Zugleich wurde der Bereich Consumer Brands konsequent auf starke Marken und Geschäfte mit hoher Bruttomarge sowie führende Positionen in Märkten und Kategorien ausgerichtet. Die Konzentration auf wachstums- und ertragsstarke Marken und Geschäfte zahlt sich aus: Die Top-

10-Marken im Bereich Consumer Brands, die 2025 für nahezu 60 Prozent des Umsatzes standen, erzielten ein sehr starkes organisches Wachstum, verbunden mit positivem Volumenwachstum.

Die Bedeutung der Zusammenführung der Konsumgütergeschäfte wird vor allem deutlich, wenn man die Entwicklung über die vergangenen drei Jahre betrachtet, also seitdem der neue Unternehmensbereich etabliert wurde. Im Geschäftsjahr 2022 betrug die kombinierte, bereinigte Umsatzrendite des Bereichs noch 8,3 Prozent. Am Ende des Geschäftsjahres 2025 lag sie bei 14,5 Prozent. Das ist ein Anstieg von 6,2 Prozentpunkten über drei Jahre – bei gleichzeitig deutlich gestiegenen Investitionen in Marken und Innovationsfähigkeiten in diesem Unternehmensbereich.

Konsequente Umsetzung der strategischen Agenda

In einem herausfordernden makroökonomischen und geopolitischen Umfeld hat Henkel auch im vergangenen Geschäftsjahr seine strategische Agenda weiter konsequent umgesetzt und in allen Bereichen wichtige Fortschritte erzielt. Das Unternehmen hat sein Geschäfts- und Markenportfolio weiterentwickelt, Wettbewerbsvorteile in den Bereichen Innovation, Nachhaltigkeit und Digitalisierung ausgebaut, Geschäftsprozesse optimiert und seine Unternehmenskultur gestärkt.

Im Rahmen des **aktiven Portfoliomanagements** hat Henkel sein Portfolio durch die Einstellung oder Veräußerung von Aktivitäten sowie durch Akquisitionen weiterentwickelt. Mit dem Verkauf des Handelsmarkengeschäfts in Nordamerika, der im Frühjahr 2025 erfolgreich vollzogen wurde, hat Henkel seine Portfoliomaßnahmen zum Abschluss gebracht, die mit Beginn der Zusammenführung der ehemals getrennten Konsumentengeschäfte angekündigt worden waren. Damit hat Henkel seit Anfang 2022 Marken und Aktivitäten mit einem Gesamtumsatz von etwas mehr als 1 Milliarde Euro veräußert oder eingestellt.

Der Ausbau des Portfolios durch gezielte **Akquisitionen** ist ebenfalls ein integraler Bestandteil der Wachstumsagenda von Henkel. Hier wurde im Unternehmensbereich Adhesive Technologies im Jahr 2025 unter anderem eine Vereinbarung zur Übernahme der in der Schweiz ansässigen ATP Adhesive Systems AG unterzeichnet. Die Unternehmensgruppe ist ein führender Anbieter von leistungsstarken, wasserbasierten Spezialtapes für eine Vielzahl von Endmärkten, darunter Automobil, Elektronik, Medizin, Bauwesen und grafische Anwendungen. Das Unternehmen hat eine starke Präsenz in Nordamerika und Europa und erzielte im Geschäftsjahr 2025 einen Umsatz von rund 270 Millionen Euro.

Im Februar 2026 hat Henkel zudem eine Übereinkunft erzielt, die niederländische Stahl Gruppe zu erwerben. Das Unternehmen ist ein globaler Anbieter von Hochleistungs-Spezialbeschichtungen für flexible Materialien und beliefert weltweit führende Unternehmen in den Bereichen Automobil, Mode & Lifestyle sowie Verpackungen. Stahl erzielte im Geschäftsjahr 2025 einen Umsatz von rund 725 Millionen Euro, mit einer ausgewogenen regionalen Verteilung.

Darüber hinaus hat Henkel Anfang März eine Vereinbarung zur Übernahme von „Not Your Mother’s“, eine der führenden Haarpflege- und Styling-Konsumentenmarken in Nordamerika, unterzeichnet. Damit stärkt Henkel seine Position im Haarpflegegeschäft, eine der Kernkategorien im Unternehmensbereich Consumer Brands. „Not Your Mother’s“ ist eine erfolgreiche, schnell wachsende HaarMarke mit einem breiten Angebot an Shampoos, Conditionern, Treatments und Stylingprodukten. Im Geschäftsjahr 2025 erzielte die Marke mit einem zweistelligen Wachstum und hoher Profitabilität einen Umsatz von rund 190 Mio. Euro.

Die jüngsten Transaktionen, die noch unter dem Vorbehalt üblicher Vollzugsbedingungen sowie kartellrechtlicher Genehmigungen stehen, repräsentieren zusammen rund **1,2 Milliarden Euro zusätzlichen Umsatz** und erhöhen das **Wachstumspotenzial für das weltweit führende Adhesive Technologies-Geschäft** sowie den Unternehmensbereich Consumer Brands.

Henkel hat auch 2025 zahlreiche **Innovationen** auf den Markt gebracht, die wichtige Trends aufgreifen und Mehrwert für Kunden und Konsument:innen schaffen. Im Konsumgütermarkt sind Innovationen ein wesentlicher Erfolgsfaktor, um sich vom Wettbewerb abzusetzen. Ein Beispiel ist die neue Creme Supreme Coloration von Schwarzkopf. Inspiriert von professionellen Anwendungen im Friseursalon, hat Henkel mit Creme Supreme eine neue Technologie entwickelt, die die Haarstruktur durch Mikroverbindungen stärkt und pflegt. Diese halten die Haarfasern besser zusammen und bilden eine besondere Schutzschicht um das Haar. Dies führt zu wesentlich weniger Haarbruch, eine der Hauptsorgen von Konsument:innen beim Haarefärben.

Eine wichtige Rolle bei der Entwicklung von Innovationen im Haarbereich spielt auch das Konzept des „House of Hair“. Seit März 2025 werden in Hamburg wesentliche Bereiche des Haarkosmetikgeschäfts zentral an einem Standort in Deutschland gebündelt: Forschung und Entwicklung, Testsalons, Marketing und die Academy of Hair. Dort arbeiten mehr als 300 Expert:innen Hand in Hand, um innovative Produkte zu entwickeln. Neben Hamburg gibt es vier weitere Standorte in Los Angeles, Tokio, Shanghai und Guadalajara. Jeder Standort spielt

eine wichtige Rolle bei der kundennahen Entwicklung von Haarkosmetikprodukten, die die regional unterschiedlichen Kundenbedürfnisse adressieren.

Auch für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies sind Innovationen ein zentraler Erfolgstreiber. Daher investiert Henkel hier konsequent, um sich im Wettbewerb erfolgreich zu positionieren. Im Mittelpunkt steht der Ausbau des Netzwerkes aus hochmodernen Forschungs- und Innovationszentren. Bislang gibt es solche „Inspiration Center“ in Düsseldorf, im indischen Mumbai sowie in New Jersey in den USA. 2025 hat Henkel ein Inspiration Center in Shanghai für den asiatisch-pazifischen Raum eröffnet. Dort wurden 60 Millionen Euro investiert. Mehr als 500 Forscher:innen und Entwickler:innen sind in dem neuen Zentrum zusammen mit Kunden aus verschiedenen Branchen tätig.

Eine der Prioritäten von Henkel im Bereich **Nachhaltigkeit** liegt weiterhin darauf, Emissionen entlang der Wertschöpfungskette zu senken. Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2045 seine absoluten Scope 1, 2 und 3 Treibhausgasemissionen um 90 Prozent zu verringern (im Vergleich zum Basisjahr 2021) und damit Net-Zero zu erreichen. In allen drei Scope-Dimensionen hat Henkel im letzten Jahr Fortschritte gemacht und konnte seine Emissionen seit dem Basisjahr 2021 bereits um 29 Prozent reduzieren. Auch im Bereich nachhaltiger Lieferketten konnte Henkel Verbesserungen erzielen. So liegt der Anteil an palmölbasierten Inhaltsstoffen, die verantwortungsvoll bezogen und dahingehend zertifiziert sind, bei mittlerweile 98 Prozent. In international anerkannten Nachhaltigkeitsratings hat das Unternehmen seine Leistung weiter verbessert. Unter anderem erhielt Henkel bei der CDP-Bewertung 2025 erstmals die Note A im Bereich Klima. Auch in der aktuellen EcoVadis-Bewertung konnte Henkel seine Leistung weiter verbessern und wurde erneut mit Gold ausgezeichnet.

Im Bereich **Digitalisierung** hat Henkel ebenfalls weiter Fortschritte gemacht. Im Jahr 2025 waren die großen Fortschritte im Bereich der Künstlichen Intelligenz (KI) das dominierende Thema. KI wird einen erheblichen Einfluss darauf haben, wie das Unternehmen in Zukunft arbeiten wird. Henkel setzt KI-Technologien vielfach in der betrieblichen Praxis ein, im Industrie- ebenso wie im Konsumgüterbereich. So hat Henkel im Jahr 2025 den ersten generativen, KI-gestützten TV-Spot in Deutschland lanciert und damit die ikonische Weiße Dame von Persil in eine neue Ära überführt. Außerdem findet Künstliche Intelligenz beispielsweise Anwendung in der Automatisierung von Prozessen in den Labors der Klebstoffentwicklung. Bei der Batteriefertigung unterstützt Henkel seine Kunden durch KI-gestützte Simulation und innovative Debonding-Lösungen dabei, Entwicklungszeiten und -kosten zu reduzieren und die Performance zu optimieren.

Im Rahmen seiner langfristigen Wachstumsstrategie richtet Henkel seine Unternehmensbereiche fortwährend auf die Anforderungen dynamischer Märkte und sich verändernde Kundenerwartungen aus, um mit **zukunftsfähigen Strukturen und Prozessen** dauerhaft erfolgreich zu sein. Henkel hat im Frühjahr 2025 angekündigt zu prüfen, die beiden Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Consumer Brands in Deutschland und in ausgewählten Ländern in eigenständige rechtliche Einheiten zu überführen. Dieser Schritt steht auch im Zusammenhang mit den Vorbereitungen für die SAP S/4HANA-Migration. Der Vorstand hat diesen Vorschlag mit den relevanten Aufsichtsgremien eingehend erörtert und abgestimmt. Demnach sollen zunächst in Deutschland eigene rechtliche Einheiten für die beiden bestehenden Unternehmensbereiche etabliert werden. Damit verfolgt Henkel das Ziel, seine Prozesse und Strukturen agiler aufzustellen sowie die zukünftigen Bedürfnisse der Geschäfte und die Wachstumsagenda des Henkel-Konzerns zu unterstützen. Die strategische und operative Steuerung des Konzerns und der Unternehmensbereiche bleiben unverändert. Der Vorschlag wird der Hauptversammlung 2026 zur Entscheidung durch die Aktionäre vorgelegt.

Bei Henkel bildet die starke **Unternehmenskultur** das Fundament der Agenda für ganzheitliches Wachstum. Sie lebt von vertrauensvoller Zusammenarbeit über Bereiche, Ländergrenzen und Teams hinweg und davon, dass Mitarbeiter:innen Raum für Verantwortung und Gestaltung erhalten. Eine solche Kultur muss kontinuierlich gefördert werden. Um ein Bild von der Einschätzung seiner Mitarbeitenden zu haben, führt Henkel seit mehreren Jahren sogenannte Pulse Checks durch – einmal monatlich mit 5.000 zufällig ausgewählten Teilnehmer:innen. Diese anonymen Befragungen geben wertvolle Einblicke in Themen wie Zusammenarbeit, Verantwortung, Innovation, Vielfalt und die Ausrichtung auf die langfristige Strategie. Die Ergebnisse aus 2025 zeigen, dass Henkel hier deutliche Fortschritte erzielen konnte. Dies bestätigt, dass die vielfältigen Initiativen und Maßnahmen der letzten Jahre Wirkung zeigen und die Unternehmenskultur kontinuierlich gestärkt wurde.

Henkel feiert 150 Jahre erfolgreiche Geschichte

Zusammenfassend erklärte Carsten Knobel: „2025 war ein erfolgreiches Jahr, in dem wir erneut große Herausforderungen gemeistert und dennoch bedeutende Fortschritte erzielt haben. Wir haben unsere finanziellen Ziele weitestgehend erreicht. Wir haben unsere Agenda für ganzheitliches Wachstum in allen strategischen Dimensionen konsequent umgesetzt und den Zusammenschluss unserer Konsumgütergeschäfte erfolgreich abgeschlossen. Wir sind auf dem richtigen Weg und die Transformation des Unternehmens zeigt greifbare Ergebnisse.“

„Nun liegt ein spannendes Jahr 2026 vor uns, in dem wir unseren 150. Geburtstag feiern. Natürlich sind wir stolz auf unsere Vergangenheit, aber das ist für uns kein Grund

stehenzubleiben, sondern Ansporn für den Weg, der vor uns liegt. Wir sind bereit für die Zukunft. Damals wie heute schöpfen wir aus unserem Pioniergeist, um zukunftsweisende Produkte und Lösungen für die Generationen von morgen zu entwickeln. Ganz im Sinne unseres Purpose: „Pioneers at heart for the good of generations“, so Carsten Knobel weiter.

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 2025 erzielte Henkel einen Umsatz von rund 20,5 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,0 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

Kennzahlen 4. Quartal 2025 und 1-12 2025



in Mio. Euro	Umsatz		EBIT	EBIT-Marge
	Q4	1-12	1-12	1-12
Adhesive Technologies				
2025	2.543	10.667	1.680	15,8%
2024	2.695	10.970	1.715	15,6%
organisches Wachstum	0,9%	1,5%	-	-
2025 bereinigt ¹⁾	-	-	1.779	16,7%
2024 bereinigt ¹⁾	-	-	1.817	16,6%
Consumer Brands				
2025	2.368	9.677	1.311	13,6%
2024	2.547	10.467	1.276	12,2%
organisches Wachstum	4,1%	0,3%	-	-
2025 bereinigt ¹⁾	-	-	1.400	14,5%
2024 bereinigt ¹⁾	-	-	1.419	13,6%
Henkel				
2025	4.945	20.495	2.816	13,7%
2024	5.281	21.586	2.831	13,1%
organisches Wachstum	2,3%	0,9%	-	-
2025 bereinigt ¹⁾	-	-	3.026	14,8%
2024 bereinigt ¹⁾	-	-	3.089	14,3%
	1-12 2024	1-12 2025	Veränd.	
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	4,80	4,92	2,5%	
Bereinigtes ¹⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	5,36	5,33	-0,6%	
bei konstanten Wechselkursen			4,7%	

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