

Quartalsmitteilung Q1 2026

Januar–März

Guter Start in das Geschäftsjahr 2026

Henkel erreicht gutes organisches Umsatzwachstum im ersten Quartal 2026

- **Konzernumsatz: rund 5,0 Mrd Euro, organisch +1,7 Prozent**
- **Organische Umsatzsteigerung getragen von beiden Unternehmensbereichen, jeweils mit positiver Volumen- und Preisentwicklung:**
 - Adhesive Technologies: organisches Umsatzwachstum von 1,7 Prozent
 - Consumer Brands: organisches Umsatzwachstum von 1,8 Prozent
- **Erfolgreiche Umsetzung der M&A-Wachstumsstrategie:**
 - Fünf Transaktionen mit einem Gesamtumsatzvolumen von rund 1,6 Mrd Euro
 - Drei Transaktionen davon bereits erfolgreich abgeschlossen: Wetherby Laroc, ATP Adhesive Systems, Not Your Mother's
- **Aktienrückkaufprogramm von rund 1 Mrd Euro Ende März erfolgreich abgeschlossen**
- **Ausblick für das Geschäftsjahr 2026 unverändert:**
 - Organisches Umsatzwachstum: 1,0 bis 3,0 Prozent
 - Bereinigte Umsatzrendite: 14,5 bis 16,0 Prozent
 - Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): Anstieg im niedrigen bis hohen einstelligen Prozentbereich (bei konstanten Wechselkursen)

Düsseldorf, 7. Mai 2026 – Henkel hat im ersten Quartal 2026 einen Konzernumsatz von rund 5,0 Mrd Euro erzielt und dabei eine gute organische Umsatzsteigerung von 1,7 Prozent erreicht. Das Wachstum wurde von beiden Unternehmensbereichen getragen, jeweils mit positiver Volumen- und Preisentwicklung.

„In einem herausfordernden Umfeld haben wir im ersten Quartal ein gutes organisches Umsatzwachstum erzielt, das von beiden Unternehmensbereichen getragen war. Dabei konnten wir sowohl in Adhesive Technologies als auch in Consumer Brands Preis- und Volumenzuwächse verzeichnen“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel.

„Parallel dazu setzen wir unsere strategische Agenda konsequent um und investieren in den Ausbau unserer Geschäfte. Dazu gehören auch die jüngst angekündigten Zukäufe in beiden Unternehmensbereichen, die zusammen für nahezu 1,6 Milliarden Euro zusätzlichen Umsatz stehen. Zwischenzeitlich konnten wir bereits drei der insgesamt fünf Transaktionen erfolgreich abschließen. Der Ausblick für 2026 bleibt unverändert. Wir sehen Henkel weiter auf Kurs für nachhaltiges, profitables Wachstum“, erläuterte Carsten Knobel weiter.

Umsatzentwicklung nach Unternehmensbereichen

in Mio Euro	Umsatz		+/-	Organisch
	Q1/2025	Q1/2026		
Henkel-Konzern	5.242	4.952	-5,5%	1,7%
Adhesive Technologies	2.715	2.627	-3,2%	1,7%
Consumer Brands	2.484	2.285	-8,0%	1,8%

Die gute organische Umsatzentwicklung im Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** wurde im ersten Quartal insbesondere von einem sehr starken Anstieg im Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik getragen. Die gute organische Umsatzentwicklung im Unternehmensbereich **Consumer Brands** war insbesondere bedingt durch einen sehr starken Anstieg im Geschäftsfeld Hair.

Umsatzentwicklung Konzern

Der **Konzernumsatz** erreichte im **ersten Quartal 2026** 4.952 Mio Euro. Damit lag er **nominal** um -5,5 Prozent unter dem Vorjahresquartal (5.242 Mio Euro). **Organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um 1,7 Prozent. Dabei erzielten wir eine positive Preis- und Volumenentwicklung. Akquisitionen und Divestments verringerten den Umsatz um -2,1 Prozent. Wechselkurseffekte wirkten sich ebenfalls mit -5,2 Prozent negativ auf die Umsatzentwicklung aus.

Umsatzentwicklung Konzern

in Mio Euro	Q1/2025	Q1/2026
Umsatz	5.242	4.952
Veränderung zum Vorjahr	-1,4%	-5,5%
Wechselkurseffekte	-1,4%	-5,2%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	0,0%	-0,4%
Akquisitionen/Divestments	1,1%	-2,1%
Organisch	-1,0%	1,7%
Davon Preis	1,4%	0,7%
Davon Menge	-2,4%	1,0%

Im ersten Quartal betrug die organische Umsatzentwicklung in der Region **Europa** -3,4 Prozent. In der Region **IMEA** legte der Umsatz organisch um 12,8 Prozent zu. Die Region **Nordamerika** verzeichnete eine positive organische Umsatzentwicklung von 0,9 Prozent. In **Lateinamerika** lag der Umsatz organisch um -3,1 Prozent unterhalb des Vorjahreszeitraums. Die Region **Asien/Pazifik** erreichte eine organische Umsatzsteigerung von 10,3 Prozent.

Umsatzentwicklung nach Regionen¹

in Mio Euro	Europa	IMEA	Nordamerika	Lateinamerika	Asien/Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz Januar–März 2026	1.919	522	1.231	372	868	41	4.952
Umsatz Januar–März 2025	1.989	562	1.429	375	844	43	5.242
Veränderung gegenüber Vorjahresquartal	-3,6%	-7,1%	-13,8%	-1,0%	2,8%	–	-5,5%
Organisch	-3,4%	12,8%	0,9%	-3,1%	10,3%	–	1,7%
Anteil am Konzernumsatz 2026	39%	11%	25%	8%	18%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz 2025	38%	11%	27%	7%	16%	1%	100%

¹ Nach Sitz der Gesellschaft.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erzielte im **ersten Quartal 2026** einen **Umsatz** von 2.627 Mio Euro. Damit lag der Umsatz **nominal** -3,2 Prozent unter dem Vorjahresquartal. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 1,7 Prozent. Der Anstieg war dabei sowohl durch eine positive Preis- als auch Volumenentwicklung getragen. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um -5,2 Prozent. Akquisitionen/Divestments wirkten sich mit 0,2 Prozent leicht positiv aus.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

in Mio Euro	Q1/2025	Q1/2026
Umsatz	2.715	2.627
Anteil am Konzernumsatz	52%	53%
Veränderung zum Vorjahr	1,4%	-3,2%
Wechselkurseffekte	-1,0%	-5,2%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	2,4%	1,9%
Akquisitionen/Divestments	1,3%	0,2%
Organisch	1,1%	1,7%
Davon Preis	0,6%	0,4%
Davon Menge	0,5%	1,3%

Die gute organische Umsatzentwicklung des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies im ersten Quartal wurde vor allem durch das Geschäftsfeld **Mobilität & Elektronik** getragen, das ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum von 6,7 Prozent erzielte. Treiber dieses Wachstums waren die Bereiche Elektronik und Industrie, während sich der Bereich Automobil bedingt durch das weiterhin herausfordernde Umfeld rückläufig entwickelte. Das Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** zeigte insgesamt eine positive organische Umsatzentwicklung von 0,5 Prozent, getragen durch eine gute Entwicklung im Bereich Konsumgüter. Demgegenüber verzeichnete der Geschäftsbereich Verpackungen eine leicht rückläufige Entwicklung. Das Geschäftsfeld **Handwerk, Bau & Gewerbe** verzeichnete eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von -2,3 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Diese Entwicklung war bedingt durch den Geschäftsbereich Konsumenten & Bau, während der Geschäftsbereich Verarbeitendes Gewerbe & Instandhaltung ein positives Wachstum verzeichnete.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz			Organisch
	Q1/2025	Q1/2026	+/-	
Adhesive Technologies	2.715	2.627	-3,2%	1,7%
Mobilität & Elektronik	966	977	1,1%	6,7%
Verpackungen & Konsumgüter	804	758	-5,7%	0,5%
Handwerk, Bau & Gewerbe	945	892	-5,7%	-2,3%

Aus regionaler Sicht verzeichnete der Unternehmensbereich Adhesive Technologies insgesamt eine gemischte Entwicklung. In **Europa** lag der Umsatz organisch unterhalb des Vorjahresquartals, bedingt durch alle drei Geschäftsfelder. Die Region **Nordamerika** wies in einem insgesamt herausfordernden Marktumfeld eine stabile Umsatzentwicklung auf, getragen durch eine gute organische Umsatzentwicklung im Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik. Die Region **IMEA** erzielte eine sehr starke organische Umsatzsteigerung, die insbesondere durch eine zweistellige organische Umsatzentwicklung in den Geschäftsfeldern Mobilität & Elektronik und Verpackung & Konsumgüter getrieben wurde. Die Region **Lateinamerika** wies ein rückläufiges Wachstum auf, bedingt durch die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik und Verpackungen & Konsumgüter. Die Region **Asien/Pazifik** erreichte ein zweistelliges organisches Wachstum, das insbesondere auf eine zweistellige Umsatzsteigerung des Bereichs Elektronik in China zurückzuführen war.

Umsatzentwicklung Consumer Brands

Im **ersten Quartal 2026** lag der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Consumer Brands bei 2.285 Mio Euro und damit **nominal** -8,0 Prozent unter dem Vorjahresquartal. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – stieg der Umsatz um 1,8 Prozent. Der Unternehmensbereich verzeichnete dabei sowohl eine positive Preis- als auch Volumenentwicklung gegenüber dem ersten Quartal 2025. Wechselkurseffekte hatten mit -5,2 Prozent einen negativen Einfluss auf den Umsatz. Akquisitionen/Divestments wirkten sich mit -4,6 Prozent ebenfalls negativ auf den Umsatz aus.

Umsatzentwicklung Consumer Brands

in Mio Euro	Q1/2025	Q1/2026
Umsatz	2.484	2.285
Anteil am Konzernumsatz	47%	46%
Veränderung zum Vorjahr	-4,6%	-8,0%
Wechselkurseffekte	-2,0%	-5,2%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	-2,7%	-2,8%
Akquisitionen/Divestments	0,8%	-4,6%
Organisch	-3,5%	1,8%
Davon Preis	2,0%	1,1%
Davon Menge	-5,5%	0,7%

Das Geschäftsfeld **Laundry & Home Care** verzeichnete im ersten Quartal eine stabile organische Umsatzentwicklung in Höhe von 0,1 Prozent. Dabei zeigte der Bereich Waschmittel insgesamt eine leicht rückläufige Entwicklung, die im Wesentlichen durch die Kategorie Universalwaschmittel bedingt war, während die Kategorie Feinwaschmittel ein deutliches Wachstum verzeichnete. Der Bereich Reinigungsmittel erzielte demgegenüber eine positive organische Umsatzsteigerung, die insbesondere durch einen zweistelligen Umsatzanstieg in der Kategorie Handgeschirrspülmittel getragen wurde.

Das Geschäftsfeld **Hair** erzielte eine sehr starke organische Umsatzentwicklung in Höhe von 5,1 Prozent. Dabei zeigte das Konsumentengeschäft ein sehr starkes Wachstum, mit dem größten Beitrag durch die Kategorie Haarcoloration. Das Friseurgeschäft verzeichnete ebenfalls eine sehr starke Entwicklung.

Das Geschäftsfeld **Weitere Konsumentengeschäfte** erzielte eine positive organische Umsatzentwicklung von 0,5 Prozent, die vor allem auf ein deutliches Umsatzwachstum im Bereich Körperpflege in der Region Nordamerika zurückzuführen war.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz			
	Q1/2025	Q1/2026	+/-	Organisch
Consumer Brands	2.484	2.285	-8,0%	1,8%
Laundry & Home Care	1.550	1.352	-12,8%	0,1%
Hair	792	797	0,7%	5,1%
Weitere Konsumentengeschäfte	142	136	-4,8%	0,5%

Aus regionaler Sicht lag die organische Umsatzentwicklung der Regionen – mit Ausnahme von Europa – jeweils über dem Vorjahresniveau. Die Region **IMEA** erzielte eine zweistellige organische Umsatzsteigerung, getragen von einem jeweils zweistelligen organischen Umsatzwachstum in den Geschäftsfeldern Laundry & Home Care sowie Hair. **Europa** verzeichnete demgegenüber eine rückläufige Entwicklung, bedingt durch das Geschäftsfeld Laundry & Home Care, während sich das Geschäftsfeld Hair positiv entwickelte. Die Region **Nordamerika** erzielte eine gute organische Umsatzentwicklung, getragen durch eine sehr starke Umsatzsteigerung im Geschäftsfeld Hair. Die Region **Asien/Pazifik** zeigte eine sehr starke Umsatzentwicklung, getrieben durch ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum des Geschäftsfelds Hair. Die Region **Lateinamerika** erzielte eine gute organische Umsatzentwicklung, getragen durch die Geschäftsfelder Laundry & Home Care sowie Hair.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 31. Dezember 2025.

Ausblick des Henkel-Konzerns

Für das laufende Jahr erwartet Henkel weiterhin ein **organisches Umsatzwachstum** zwischen 1,0 und 3,0 Prozent. Dabei wird für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies von einer organischen Umsatzsteigerung von 1,0 bis 3,0 Prozent ausgegangen. Für den Unternehmensbereich Consumer Brands wird ein Anstieg von 0,5 bis 2,5 Prozent prognostiziert.

Die **bereinigte Umsatzrendite (bereinigte EBIT-Marge)** wird weiterhin 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 unverändert mit einem Anstieg im niedrigen bis hohen einstelligen Prozentbereich gerechnet.

Darüber hinaus haben wir für 2026 die folgenden Erwartungen:

- Akquisitionen/Divestments: positiver Effekt im niedrigen einstelligen Prozentbereich auf das nominale Umsatzwachstum (bisher: neutraler bis leicht negativer Effekt)
- Umrechnung von Umsatzerlösen in Fremdwährung: negativer Einfluss im niedrigen einstelligen Prozentbereich
- Preise für direkte Materialien: Anstieg im hohen einstelligen Prozentbereich im Vergleich zum Vorjahresdurchschnitt (bisher: Anstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich)¹
- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 150 bis 200 Mio Euro
- Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte zwischen 650 und 750 Mio Euro

¹ Bruttopreisentwicklung, d.h. vor Gegenmaßnahmen.

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.

Finanzkalender

Veröffentlichung des Halbjahresberichts 2026:

Donnerstag, 6. August 2026

Veröffentlichung der Quartalsmitteilung Q3 2026:

Dienstag, 10. November 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