

News Release

6. August 2026

Henkel treibt Wachstumsagenda voran: Investitionen in Marken, Innovationen und M&A

Henkel erzielt starke Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr und hebt Umsatzprognose für 2026 an

- **Konzernumsatz im ersten Halbjahr mit starker organischer Steigerung von 3,2 Prozent auf 10,3 Mrd. Euro**
- **Starkes Wachstum durch positive Preis- und Volumendynamik in beiden Unternehmensbereichen getrieben**
- **Betriebliches Ergebnis (EBIT)*: Anstieg auf 1.620 Mio. Euro (+0,3 Prozent)**
- **Starke EBIT-Marge* von 15,7 Prozent (+10 Basispunkte), getragen von beiden Unternehmensbereichen – unterstreicht Stärke des Geschäfts**
- **Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)* erhöht sich auf 2,86 Euro, +7,1 Prozent bei konstanten Wechselkursen**
- **Erfolgreiche Umsetzung der M&A-Wachstumsstrategie im ersten Halbjahr – erste positive Umsatz- und Ergebnisbeiträge im laufenden Geschäftsjahr**
- **Ausblick für das Geschäftsjahr 2026: Umsatzerwartungen für die Gruppe und Adhesive Technologies angehoben**
 - Organisches Umsatzwachstum: 1,5 bis 3,5 Prozent (bisher: 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 – Henkel hat im ersten Halbjahr 2026 in einem weiterhin sehr herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld ein starkes organisches Umsatzwachstum erreicht und zugleich eine sehr gute Ergebnisentwicklung erzielt. „Die Verbesserung unseres organischen Umsatzwachstums war erneut durch beide Unternehmensbereiche getragen, die jeweils eine positive Preis- und

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE


Schwarzkopf

Persil

all

* Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Volumenentwicklung erzielen. Im Bereich Adhesive Technologies wurde die Umsatz- und Ergebnisverbesserung auch durch die konsequente und zügige Umsetzung von Preismaßnahmen getragen, um die hohen Belastungen durch gestiegene Rohstoffkosten zu kompensieren“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel. „Bei Consumer Brands setzte sich das sehr starke Wachstum im Geschäftsfeld Hair fort und der Bereich Waschmittel kehrte zu positivem Wachstum zurück.“

„Wir setzen unsere Strategie mit klarem Fokus auf ganzheitliches Wachstum konsequent um. Mit Erfolg, wie unsere Ergebnisse zeigen. Wir haben im ersten Halbjahr insgesamt eine sehr gute Geschäftsentwicklung erzielt und dabei weiter kräftig in unsere Zukunft investiert – in unsere Marken, Technologien und Innovationen. Zudem haben wir unsere M&A-Aktivitäten deutlich beschleunigt. Wir haben fünf Zukäufe im Gesamtwert von rund 5 Milliarden Euro vereinbart, die unsere beiden Unternehmensbereiche substantiell stärken werden. Vier dieser Akquisitionen konnten wir bereits abschließen. Die erworbenen Geschäfte sollen in den kommenden Jahren ein überdurchschnittliches Wachstum im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich erzielen und einen zusätzlichen Umsatz von rund 2 Milliarden Euro jährlich beitragen. Das ist ein weiterer wichtiger Schritt zur nachhaltigen Stärkung unserer Wachstumsagenda“, erläuterte Carsten Knobel weiter.

„Auf Basis der guten Entwicklung im ersten Halbjahr haben wir unsere Umsatzerwartungen für die Gruppe und für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies angehoben. Wir erwarten nun auf Gruppenebene ein organisches Wachstum zwischen 1,5 und 3,5 Prozent. Bislang waren wir von einem Wachstum zwischen 1 und 3 Prozent ausgegangen. Für Adhesive Technologies haben wir unsere Erwartungen für das organische Umsatzwachstum von bisher 1 bis 3 Prozent auf nun 2 bis 4 Prozent angehoben. Wir sehen Henkel damit weiterhin auf Kurs für nachhaltiges und profitables Wachstum.“

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2026

Henkel erzielte im ersten Halbjahr 2026 einen **Konzernumsatz** von 10.348 Mio. Euro. Das entspricht einer nominalen Entwicklung von -0,5 Prozent (Q2: 5.396 Mio. Euro, +4,6 Prozent). Wechselkurseffekte minderten den Umsatz um -3,9 Prozent (Q2: -2,6 Prozent). Akquisitionen und Divestments wirkten sich mit 0,2 Prozent insgesamt leicht positiv auf den Umsatz aus (Q2: +2,5 Prozent). Während die Veräußerung des Geschäfts mit Handelsmarken in Nordamerika im April 2025 einen negativen Einfluss hatte, leisteten die im ersten Halbjahr 2026 abgeschlossenen Akquisitionen in beiden Unternehmensbereichen – insbesondere ATP Adhesive Systems sowie Not Your Mother's – einen positiven Beitrag. **Organisch** – das heißt, bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erreichte Henkel ein starkes Umsatzwachstum von 3,2 Prozent (Q2: +4,7 Prozent).

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erreichte im ersten Halbjahr 2026 ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum von 4,5 Prozent (Q2: +7,4 Prozent), das vor allem durch das Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik getragen war. Der Unternehmensbereich **Consumer Brands** verzeichnete mit einem guten organischen Umsatzwachstum von 1,7 Prozent (Q2: +1,6 Prozent) ebenfalls eine positive Entwicklung, insbesondere getrieben durch einen sehr starken Anstieg im Geschäftsfeld Hair.

Die Region **Europa** verzeichnete mit -1,5 Prozent (Q2: +0,4 Prozent) eine rückläufige organische Umsatzentwicklung. Die Region **Nordamerika** erzielte mit 2,4 Prozent (Q2: +3,9 Prozent) hingegen ein gutes organisches Wachstum. In den Regionen **IMEA** und **Asien/Pazifik** erreichte Henkel mit 14,9 Prozent (Q2: +17,4 Prozent) beziehungsweise 10,3 Prozent (Q2: +10,3 Prozent) jeweils eine zweistellige organische Umsatzsteigerung. Die Region **Lateinamerika** verzeichnete demgegenüber eine leicht rückläufige organische Umsatzentwicklung von -1,3 Prozent (Q2: +0,5 Prozent).

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis (bereinigtes EBIT)** lag mit 1.620 Mio. Euro leicht über dem Vorjahreswert in Höhe von 1.614 Mio. Euro.

Die **bereinigte Umsatzrendite (bereinigte EBIT-Marge)** des Konzerns verzeichnete mit 15,7 Prozent ebenfalls einen Anstieg (Vorjahr: 15,5 Prozent).

Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** stieg um 1,8 Prozent auf 2,86 Euro (Vorjahr: 2,81 Euro). Bei konstanten Wechselkursen erhöhte sich das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie um 7,1 Prozent.

Das **Netto-Umlaufvermögen** bezogen auf die Umsatzerlöse des zweiten Quartals hat sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum unter anderem akquisitionsbedingt von 6,0 Prozent auf 7,0 Prozent erhöht.

Beim **Free Cashflow** wurde eine Steigerung auf 612 Mio. Euro erzielt (erstes Halbjahr 2025: 485 Mio. Euro), was vor allem auf einen höheren Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit zurückzuführen war.

Die **Nettofinanzposition** belief sich zum 30. Juni 2026 auf -1.855 Mio. Euro (31. Dezember 2025: 109 Mio. Euro) und spiegelt insbesondere Auszahlungen im Zusammenhang mit den jüngst abgeschlossenen Akquisitionen sowie dem Aktienrückkaufprogramm wider.

Entwicklung der Unternehmensbereiche im ersten Halbjahr 2026

Der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies erhöhte sich im ersten Halbjahr 2026 nominal um 2,2 Prozent auf 5.534 Mio. Euro (Q2: 2.908 Mio. Euro, +7,6 Prozent). **Organisch** erreichte Adhesive Technologies eine sehr starke Umsatzsteigerung von 4,5 Prozent (Q2: +7,4 Prozent). Dieses Wachstum war sowohl von einer positiven Preis- als auch Volumenentwicklung getragen.

Mit Blick auf die Geschäftsfelder war das organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies im ersten Halbjahr insbesondere durch eine deutliche organische Umsatzsteigerung von 7,8 Prozent im Geschäftsfeld **Mobilität & Elektronik** gestützt (Q2: +8,8 Prozent). Treiber dieses Wachstums waren der Bereich Elektronik mit einem zweistelligen organischen Umsatzanstieg sowie der Bereich Industrie mit einer deutlichen organischen Umsatzsteigerung. Demgegenüber entwickelte sich das Geschäft im Bereich Automobil in der ersten Jahreshälfte insgesamt rückläufig, zeigte jedoch im zweiten Quartal mit einer guten organischen Umsatzentwicklung eine Verbesserung. Das Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** erreichte einen sehr starken organischen Umsatzanstieg von 4,7 Prozent, der durch ein starkes Wachstum im Geschäftsbereich Verpackungen sowie eine sehr starke organische Umsatzsteigerung im Bereich Konsumgüter getragen war (Q2: +9,1 Prozent). Dabei war die Entwicklung unter anderem durch eine höhere Bevorratung auf Kundenseite vor dem Hintergrund geopolitischer Unsicherheiten geprägt. Im Geschäftsfeld **Handwerk, Bau & Gewerbe** erhöhte sich der Umsatz organisch um 1,0 Prozent (Q2: +4,4 Prozent). Dieses Wachstum wurde insbesondere durch eine starke Entwicklung im Geschäftsbereich Verarbeitendes Gewerbe & Instandhaltung getragen, während der Geschäftsbereich Konsumenten & Bau eine leicht rückläufige organische Umsatzentwicklung zeigte.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** lag trotz negativer Wechselkurseffekte mit 982 Mio. Euro über dem Vorjahresniveau. Die **bereinigte Umsatzrendite** erhöhte sich auf 17,7 Prozent gegenüber 17,2 Prozent im Vorjahreszeitraum. Hier wirkten sich insbesondere Skaleneffekte infolge des Volumenwachstums sowie der Geschäfts-Mix vorteilhaft aus.

Der Unternehmensbereich **Consumer Brands** erzielte im ersten Halbjahr 2026 einen Umsatz von 4.733 Mio. Euro, der damit nominal -3,5 Prozent unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums lag (Q2: 2.448 Mio. Euro, +1,1 Prozent). **Organisch** lag das Umsatzwachstum bei 1,7 Prozent (Q2: +1,6 Prozent). Dabei verzeichnete der Unternehmensbereich sowohl eine positive Preis- als auch Volumenentwicklung gegenüber dem ersten Halbjahr 2025.

Das Geschäftsfeld **Laundry & Home Care** verzeichnete im ersten Halbjahr eine positive organische Umsatzentwicklung von 0,7 Prozent (Q2: +1,3 Prozent). Der Bereich Waschmittel

erreichte ein positives organisches Umsatzwachstum, das durch eine deutliche Umsatzsteigerung in der Kategorie Feinwaschmittel und ein positives Wachstum in der Kategorie Weichspüler getragen war. Die Kategorie Universalwaschmittel entwickelte sich dagegen leicht rückläufig. Der Bereich Reinigungsmittel erreichte ein gutes organisches Umsatzwachstum, das im Wesentlichen durch einen zweistelligen Anstieg in der Kategorie Handgeschirrspülmittel getrieben war. Das Geschäftsfeld **Hair** erzielte eine sehr starke organische Umsatzsteigerung von 4,2 Prozent (Q2: +3,3 Prozent) und war damit Haupttreiber für das Wachstum im Unternehmensbereich Consumer Brands. Dabei trugen sowohl das Konsumentengeschäft mit einem starken organischen Umsatzwachstum als auch das Friseurgeschäft mit einem sehr starken Anstieg zu dieser positiven Entwicklung bei. Im Konsumentengeschäft war das Wachstum von allen Kategorien getragen – mit dem stärksten Beitrag durch die Kategorien Haarcolorationen und Haarstyling. Das Geschäftsfeld **Weitere Konsumentengeschäfte** verzeichnete demgegenüber im ersten Halbjahr eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von -2,1 Prozent (Q2: -4,6 Prozent), die vor allem auf die Entwicklung im Bereich Körperpflege in der Region Europa zurückzuführen war. Die Region Nordamerika erreichte hingegen ein gutes organisches Umsatzwachstum.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** lag bei 724 Mio. Euro und damit – im Wesentlichen bedingt durch die Veräußerung des Geschäfts mit Handelsmarken in Nordamerika im April 2025 sowie durch negative Wechselkurseffekte – leicht unter dem Vorjahresniveau. Die **bereinigte Umsatzrendite** war hingegen mit 15,3 Prozent unverändert im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Erfolgreiche Umsetzung der M&A-Wachstumsstrategie im ersten Halbjahr

Im ersten Halbjahr 2026 hat Henkel auch bei der Umsetzung seiner M&A-Wachstumsstrategie, die ein integraler Bestandteil der gesamten **Wachstumsstrategie** des Unternehmens ist, in beiden Unternehmensbereichen große Fortschritte gemacht. Mit den zuletzt angekündigten Akquisitionen investiert Henkel insgesamt fünf Mrd. Euro und erweitert sein Geschäft um einen kombinierten Jahresumsatz von rund 1,6 Mrd. Euro. Bis heute hat Henkel bereits vier von fünf Transaktionen erfolgreich abgeschlossen: Wetherby Laroc und ATP Adhesive Systems im Unternehmensbereich Adhesive Technologies sowie Not Your Mother's und zuletzt OLAPLEX im Unternehmensbereich Consumer Brands. Die Akquisition der Stahl Gruppe im Klebstoffgeschäft wird voraussichtlich im Laufe der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres 2026 abgeschlossen werden.

Mit der Übernahme der Premium-Haarpflegemarke **OLAPLEX**, die rund 370 Mio. Euro Umsatz beisteuert, baut Henkel seine globale Präsenz im Premium-Haarpflegesegment weiter aus und ist nun die weltweite Nummer 2 im Friseurgeschäft. Der Premium-Haarpflegemarkt ist ein äußerst attraktiver Markt. Dies zeigt sich in einer erwarteten durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von rund 5 Prozent für die kommenden Jahre. OLAPLEX ist eine etablierte Premium-Haarpflegemarke mit einem Portfolio von wissenschaftsbasierten, leistungsfähigen

Produkten. Mit dem Abschluss dieser Transaktion stärkt Henkel weiter seine globale Präsenz im Bereich Haarpflege als Kernkategorie des Consumer-Brands-Geschäfts. Henkel ist überzeugt davon, das Geschäft deutlich ausbauen zu können, indem Cross-Selling-Potenziale genutzt werden und sowohl der Fachhandel als auch Friseursalons als Vertriebskanäle gezielt gestärkt werden. Darüber hinaus ergeben sich attraktive Möglichkeiten im Bereich Innovation und Technologie.

Durch die Akquisition von **ATP Adhesive Systems** mit einem Jahresumsatz von rund 270 Mio. Euro erweitert Henkel sein Portfolio über Flüssigtechnologien hinaus und schafft damit eine neue Wachstumsplattform für leistungsstarke wasserbasierte Spezialtapes. Dabei handelt es sich um einen äußerst attraktiven Markt, für den ein jährliches Wachstum von rund 7 Prozent erwartet wird. Wasserbasierte Spezialklebebänder gewinnen als nachhaltigere Alternative zu lösungsmittelbasierten Produkten zunehmend Marktanteile. Sie ermöglichen eine Reduzierung der Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen (VOC) um bis zu 90 Prozent sowie eine Verringerung des CO₂-Fußabdrucks um bis zu 60 Prozent. Die Spezialtapes von ATP werden beispielsweise in der Automobilindustrie im Bereich fortschrittlicher Fahrassistenzsysteme eingesetzt. Auch diese Akquisition stärkt die Innovationskraft von Henkel, schafft attraktive Cross-Selling-Möglichkeiten und festigt Henkels Position im Markt für nachhaltige Klebstofflösungen.

Aus den jüngsten Zukäufen erwartet Henkel im laufenden Geschäftsjahr erste positive Beiträge zu Umsatz und Ergebnis. Im Jahr 2026 sollen die übernommenen Unternehmen rund 700 Mio. Euro zum Umsatz beitragen.¹ Zukünftig soll der Umsatz der fünf Akquisitionen durch einen überdurchschnittlichen Beitrag zum Wachstum im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich auf rund 2 Mrd. Euro im Jahr 2030 ansteigen. Mit Blick auf die Ergebnisentwicklung erwartet Henkel, dass die Akquisitionen bis zum Jahr 2030 mindestens 10 Prozent zum bereinigten Ergebnis je Vorzugsaktie beitragen.

Ausblick für das Geschäftsjahr 2026: Umsatzerwartungen für die Gruppe und Adhesive Technologies angehoben

Auf Basis der guten Entwicklung im ersten Halbjahr hat Henkel die Umsatzerwartungen für die Gruppe und für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies angehoben. Die Erwartungen für die bereinigte Umsatzrendite und das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie bei konstanten Wechselkursen bleiben unverändert.

Für das laufende Jahr erwartet Henkel nun ein **organisches Umsatzwachstum** zwischen 1,5 und 3,5 Prozent (bisher: 1,0 bis 3,0 Prozent). Dabei wird für den Unternehmensbereich Adhesive

¹ Einschließlich der Übernahme der Stahl Gruppe, die bislang noch nicht abgeschlossen ist.

Technologies nun von einer organischen Umsatzsteigerung von 2,0 bis 4,0 Prozent ausgegangen (bisher: 1,0 bis 3,0 Prozent). Für den Unternehmensbereich Consumer Brands wird weiterhin ein Anstieg von 0,5 bis 2,5 Prozent prognostiziert.

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 mit einem Anstieg im niedrigen bis hohen einstelligen Prozentbereich gerechnet.

„Die sehr gute Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2026 mit einem starken organischen Umsatzwachstum und einer weiteren Verbesserung von Marge und Ergebnis ist ein Beleg dafür, dass die Transformation von Henkel erfolgreich ist. Wir werden diese 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“, sagte Carsten Knobel.

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 50.000 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

Jennifer Ott

Tel.: +49 211 797 - 2756

E-Mail: jennifer.ott@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 2. Quartal 2026 und 1-6 2026



in Mio. Euro	Umsatz		EBIT	EBIT-Marge
	Q2	1-6	1-6	1-6
Adhesive Technologies				
2026	2.908	5.534	901	16,3%
2025	2.701	5.416	901	16,6%
organisches Wachstum	7,4%	4,5%	-	-
2026 bereinigt ¹⁾	-	-	982	17,7%
2025 bereinigt ¹⁾	-	-	931	17,2%
Consumer Brands				
2026	2.448	4.733	643	13,6%
2025	2.422	4.907	725	14,8%
organisches Wachstum	1,6%	1,7%	-	-
2026 bereinigt ¹⁾	-	-	724	15,3%
2025 bereinigt ¹⁾	-	-	748	15,3%
Henkel				
2026	5.396	10.348	1.424	13,8%
2025	5.160	10.402	1.541	14,8%
organisches Wachstum	4,7%	3,2%	-	-
2026 bereinigt ¹⁾	-	-	1.620	15,7%
2025 bereinigt ¹⁾	-	-	1.614	15,5%
	1-6 2025	1-6 2026	Veränd.	
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	2,66	2,44	-8.3%	
Bereinigtes ¹⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	2,81	2,86	1,8%	
bei konstanten Wechselkursen			7,1%	

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