QUARTALSMITTEILUNG Q3 2026

JULI - SEPTEMBER

Starke Q3-Zahlen und aktualisierter Ausblick belegen Erfolg der Wachstumsstrategie

Henkel erzielt im dritten Quartal sehr starke Umsatzsteigerung

- **Konzernumsatz steigt um 11,0 Prozent auf 5,7 Mrd Euro, organisch +6,5 Prozent**
- **Adhesive Technologies: deutliches organisches Umsatzwachstum von 7,9 Prozent mit starker Preis- und positiver Mengenentwicklung**
- **Consumer Brands: sehr starker organischer Umsatzanstieg von 4,8 Prozent mit deutlich positiver Preis- und Mengenentwicklung**
- **Organische Umsatzsteigerung durch alle Regionen getragen**
- **Alle fünf im Jahr 2026 angekündigten Akquisitionen erfolgreich abgeschlossen:**
  - Markteintritt in zwei angrenzende Geschäfte in Adhesive Technologies
  - Stärkung des Geschäftsfelds Hair im Unternehmensbereich Consumer Brands
- **Ausblick für das Geschäftsjahr 2026 aktualisiert:**
  - Organisches Umsatzwachstum: 3,0 bis 4,0 Prozent (bisher: 1,5 bis 3,5 Prozent)
  - Bereinigte Umsatzrendite: rund 15 Prozent (bisher: 14,5 bis 16,0 Prozent)
  - Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): Anstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich bei konstanten Wechselkursen (bisher: Anstieg im niedrigen bis hohen einstelligen Prozentbereich bei konstanten Wechselkursen)

Düsseldorf, 10. November 2026 – Henkel hat im **dritten Quartal 2026** in einem weiterhin herausfordernden Marktumfeld eine sehr starke Umsatzentwicklung gezeigt und einen **Konzernumsatz** von rund 5,7 Mrd Euro erzielt. Das entspricht einem organischen Zuwachs von 6,5 Prozent. Das Wachstum war dabei in beiden Unternehmensbereichen durch eine positive Preis- und Volumenentwicklung getragen. Henkel hatte die vorläufigen Umsatzzahlen des dritten Quartals sowie eine angepasste Jahresprognose mit angehobenen Umsatz- und präzisierten Ergebniserwartungen bereits Ende Oktober veröffentlicht.

„Wir haben im dritten Quartal eine deutliche Beschleunigung unseres organischen Umsatzwachstums erzielt. Beide Unternehmensbereiche haben dazu mit einer sehr starken Entwicklung beigetragen. Besonders erfreulich ist, dass wir weiterhin eine positive Preis- und Mengenentwicklung verzeichnen und die Volumina nun bereits das fünfte Quartal in Folge

wachsen. Die erfolgreiche Geschäftsentwicklung im dritten Quartal unterstreicht die Stärke unseres Geschäfts und die konsequente Umsetzung unserer Wachstumsagenda“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel.

„Gleichzeitig treiben wir die strategische Weiterentwicklung unseres Portfolios mit hoher Konsequenz voran. Alle fünf im laufenden Jahr angekündigten Akquisitionen sind inzwischen erfolgreich abgeschlossen. Mit unseren jüngsten Zukäufen stärken wir gezielt unser Kerngeschäft, erschließen attraktive neue Geschäftsfelder und schaffen zusätzliche Wachstumsimpulse für beide Unternehmensbereiche: Im Klebstoffgeschäft haben wir unser Portfolio um leistungsstarke wasserbasierte Spezialtapes sowie um Spezialbeschichtungen für flexible Materialien erweitert und im Bereich Consumer Brands haben wir unser globales Geschäftsfeld Hair gestärkt, sowohl im Konsumenten- als auch im Friseurbereich.

Unsere jüngsten Akquisitionen stehen zusammen für einen Umsatz von rund 1,6 Milliarden Euro. In den kommenden Jahren sollen sie mit einem überdurchschnittlichen Wachstum im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich zur Umsatzsteigerung beitragen und im Jahr 2030 einen jährlichen Umsatz von rund 2 Milliarden Euro erreichen. Damit stärken wir unsere Wachstumsagenda nachhaltig“, erläuterte Carsten Knobel weiter.

„Mit unserem aktualisierten Ausblick für 2026 unterstreichen wir unseren Anspruch, nachhaltig und profitabel zu wachsen. Dabei erwarten wir ein höheres organisches Umsatzwachstum. Zugleich haben wir unsere Erwartungen für die Ergebnisgrößen präzisiert und dabei auch den stärkeren Anstieg der Rohstoffkosten, insbesondere im Bereich Adhesive Technologies, berücksichtigt.“

Umsatzentwicklung nach Unternehmensbereichen

in Mio Euro	Umsatz			
Drittes Quartal	**Q3/2025**	**Q3/2026**	**+/-**	**Organisch**
Henkel-Konzern	5.147	**5.713**	11,0%	**6,5%**
Adhesive Technologies	2.708	**3.027**	11,8%	**7,9%**
Consumer Brands	2.402	**2.643**	10,1%	**4,8%**
Januar-September	**1-9/2025**	**1-9/2026**		
Henkel-Konzern	15.549	**16.061**	3,3%	**4,3%**
Adhesive Technologies	8.124	**8.561**	5,4%	**5,7%**
Consumer Brands	7.308	**7.376**	0,9%	**2,8%**

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte im dritten Quartal eine deutliche organische Umsatzsteigerung, getragen von allen Geschäftsfeldern. Im Unternehmensbereich **Consumer Brands** war das sehr starke organische Umsatzwachstum durch die beiden Geschäftsfelder Laundry & Home Care und Hair getrieben.

Umsatzentwicklung Konzern

Der **Konzernumsatz** verzeichnete im **dritten Quartal 2026 nominal** eine zweistellige Steigerung um 11,0 Prozent auf 5.713 Mio Euro. Effekte aus Akquisitionen und Divestments erhöhten den Umsatz um 4,4 Prozent. Wechselkurseffekte hatten einen neutralen Effekt auf die Umsatzentwicklung. **Organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – stieg der Umsatz um 6,5 Prozent. Dieses Wachstum wurde auf Konzernebene durch eine positive Preis- und Volumenentwicklung getragen.

In den ersten **neun Monaten 2026** erreichte der **Umsatz** 16.061 Mio Euro. Dies entspricht einem **nominalen** Anstieg von 3,3 Prozent. **Organisch** erzielte Henkel eine sehr starke Umsatzsteigerung von 4,3 Prozent, die ebenfalls durch eine positive Preis- und Volumenentwicklung getragen war.

Umsatzentwicklung Konzern

in Mio Euro	Q3/2025	Q3/2026	1-9/2025	1-9/2026
Umsatz	**5.147**	**5.713**	**15.549**	**16.061**
Veränderung zum Vorjahr	**-6,3%**	**11,0%**	**-4,6%**	**3,3%**
Wechselkurseffekte	-4,8%	0,0%	-3,5%	-2,6%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	**-1,5%**	**11,0%**	**-1,2%**	**5,9%**
Akquisitionen/Divestments	-2,9%	4,4%	-1,6%	1,6%
Organisch	**1,4%**	**6,5%**	**0,4%**	**4,3%**
Davon Preis	-0,1%	5,4%	0,9%	2,5%
Davon Menge	1,5%	1,1%	-0,4%	1,8%

Das sehr starke organische Umsatzwachstum im **dritten Quartal** wurde durch alle Regionen getragen. Dabei zeigten die Regionen **IMEA** und **Asien/Pazifik** einen zweistelligen beziehungsweise deutlichen organischen Umsatzanstieg. Die Regionen **Europa, Nordamerika** und **Lateinamerika** verzeichneten gegenüber dem Vorjahresquartal ebenfalls eine organische Umsatzsteigerung.

Umsatzentwicklung nach Regionen

in Mio Euro	Europa	IMEA	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/ Pazifik	Corpo-rate	Konzern
Umsatz[1] Juli-September 2026	**2.101**	**604**	**1.532**	**419**	**1.014**	**43**	**5.713**
Umsatz[1] Juli-September 2025	1.990	537	1.319	369	895	37	**5.147**
Veränderung gegenüber Vorjahresquartal	5,6%	12,4%	16,2%	13,7%	13,3%	–	**11,0%**
Organisch	2,2%	27,8%	3,4%	4,4%	8,9%	–	**6,5%**
Anteil am Konzernumsatz 2026	**37%**	**11%**	**27%**	**7%**	**18%**	**1%**	**100%**
Anteil am Konzernumsatz 2025	39%	10%	26%	7%	17%	1%	**100%**

[1] Nach Sitz der Gesellschaft.

In den **ersten neun Monaten 2026** wurde das sehr starke organische Umsatzwachstum von Henkel durch nahezu alle Regionen getragen. Dabei zeigten die Regionen **IMEA** und **Asien/ Pazifik** den stärksten Umsatzanstieg. Die Region **Europa** verzeichnete hingegen eine insgesamt leicht rückläufige organische Umsatzentwicklung gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Umsatzentwicklung nach Regionen

in Mio Euro	Europa	IMEA	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/ Pazifik	Corpo-rate	Konzern
Umsatz[1] Januar-September 2026	**6.081**	**1.678**	**4.168**	**1.199**	**2.812**	**123**	**16.061**
Umsatz[1] Januar-September 2025	5.970	1.616	4.141	1.119	2.587	117	**15.549**
Veränderung gegenüber Vorjahr	1,9%	3,8%	0,7%	7,1%	8,7%	–	**3,3%**
Organisch	-0,3%	19,2%	2,7%	0,6%	9,8%	–	**4,3%**
Anteil am Konzernumsatz 2026	**38%**	**10%**	**26%**	**7%**	**18%**	**1%**	**100%**
Anteil am Konzernumsatz 2025	38%	10%	27%	7%	17%	1%	**100%**

[1] Nach Sitz der Gesellschaft.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erzielte im **dritten Quartal 2026** einen **Umsatz** von 3.027 Mio Euro. Das entspricht einer nominalen Steigerung um 11,8 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erhöhte sich der Umsatz um 7,9 Prozent. Dieses Wachstum wurde vor allem durch eine starke Preisentwicklung bei einer gleichzeitig positiven Volumenentwicklung getragen. Wechselkurseffekte erhöhten den Umsatz um 1,1 Prozent. Akquisitionen/Divestments wirkten sich mit 2,7 Prozent ebenfalls positiv aus.

In den **ersten neun Monaten 2026** zeigte der Unternehmensbereich Adhesive Technologies ein **nominales** Umsatzwachstum von 5,4 Prozent auf 8.561 Mio Euro. **Organisch** erreichte Adhesive Technologies eine sehr starke Umsatzsteigerung von 5,7 Prozent.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

in Mio Euro	Q3/2025	Q3/2026	1-9/2025	1-9/2026
Umsatz	**2.708**	**3.027**	**8.124**	**8.561**
Anteil am Konzernumsatz	53%	53%	52%	53%
Veränderung zum Vorjahr	**-3,3%**	**11,8%**	**-1,8%**	**5,4%**
Wechselkurseffekte	-4,9%	1,1%	-3,3%	-2,2%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	**1,6%**	**10,7%**	**1,5%**	**7,6%**
Akquisitionen/Divestments	-0,9%	2,7%	-0,2%	1,9%
Organisch	**2,5%**	**7,9%**	**1,6%**	**5,7%**
Davon Preis	0,5%	7,2%	0,7%	3,6%
Davon Menge	2,0%	0,7%	0,9%	2,1%

Das deutliche organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies im dritten Quartal wurde insbesondere durch die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik und Verpackungen & Konsumgüter getrieben. Das Geschäftsfeld **Mobilität & Elektronik** erzielte eine zweistellige organische Umsatzsteigerung von 12,1 Prozent. Dabei zeigten die Geschäftsbereiche Elektronik sowie Industrie jeweils zweistellige Wachstumsraten. Der Umsatz im Bereich Automobil entwickelte sich in einem weiterhin verhaltenen Marktumfeld insgesamt sehr stark. Das Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** zeigte einen deutlichen organischen Umsatzanstieg von 9,8 Prozent, der durch beide Geschäftsbereiche getragen war. Im Geschäftsfeld **Handwerk, Bau & Gewerbe** erhöhte sich der Umsatz organisch um 2,1 Prozent. Hierzu trug der Geschäftsbereich Verarbeitendes Gewerbe & Instandhaltung mit einer starken Umsatzsteigerung bei. Der Geschäftsbereich Konsumenten & Bau erzielte insgesamt ein positives Umsatzwachstum.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz			
Drittes Quartal	**Q3/2025**	**Q3/2026**	**+/-**	**Organisch**
Adhesive Technologies	2.708	**3.027**	11,8%	**7,9%**
Mobilität & Elektronik	991	**1.198**	20,9%	**12,1%**
Verpackungen & Konsumgüter	767	**844**	9,9%	**9,8%**
Handwerk, Bau & Gewerbe	950	**985**	3,8%	**2,1%**
Januar-September	**1-9/2025**	**1-9/2026**		
Adhesive Technologies	8.124	**8.561**	5,4%	**5,7%**
Mobilität & Elektronik	2.934	**3.281**	11,8%	**9,2%**
Verpackungen & Konsumgüter	2.355	**2.433**	3,3%	**6,4%**
Handwerk, Bau & Gewerbe	2.834	**2.848**	0,5%	**1,4%**

Aus regionaler Sicht verzeichnete der Unternehmensbereich Adhesive Technologies im dritten Quartal in **Europa** ein starkes organisches Umsatzwachstum, das durch eine zweistellige organische Umsatzsteigerung im Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik sowie ein sehr starkes Umsatzwachstum im Geschäftsfeld Verpackungen & Konsumgüter getragen war. Die Region **Nordamerika** erzielte einen sehr starken organischen Umsatzanstieg, der von allen Geschäftsfeldern getragen wurde. In der Region **IMEA** erreichte Adhesive Technologies eine zweistellige organische Umsatzsteigerung, zu der alle drei Geschäftsfelder mit jeweils zweistelligen Wachstumsraten beigetragen haben. Die Region **Lateinamerika** verzeichnete einen starken organischen Umsatzanstieg, getrieben durch die Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik und Verpackungen & Konsumgüter. Die Region **Asien/Pazifik** erreichte ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum, das insbesondere auf eine zweistellige Umsatzsteigerung der Geschäftsbereiche Elektronik und Industrie zurückzuführen ist.

Umsatzentwicklung Consumer Brands

Der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Consumer Brands erhöhte sich im **dritten Quartal 2026** gegenüber dem Vorjahresquartal **nominal** um 10,1 Prozent auf 2.643 Mio Euro. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erreichte der Unternehmensbereich eine sehr starke Umsatzsteigerung von 4,8 Prozent. Das Wachstum wurde durch eine positive Preis- und Volumenentwicklung getragen. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um -1,2 Prozent. Akquisitionen/Divestments – insbesondere die zuletzt abgeschlossenen Akquisitionen von OLAPLEX und „Not your Mother's" – wirkten sich mit 6,4 Prozent positiv auf den Umsatz aus.

In den **ersten neun Monaten 2026** lag der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Consumer Brands mit 7.376 Mio Euro **nominal** 0,9 Prozent über dem Niveau des Vorjahreszeitraums. **Organisch** verzeichnete der Umsatz ein gutes Wachstum von 2,8 Prozent, getragen von einer positiven Preis- und Volumenentwicklung.

Umsatzentwicklung Consumer Brands

in Mio Euro	Q3/2025	Q3/2026	1-9/2025	1-9/2026
Umsatz	**2.402**	**2.643**	**7.308**	**7.376**
Anteil am Konzernumsatz	47%	46%	47%	46%
Veränderung zum Vorjahr	**-9,5%**	**10,1%**	**-7,7%**	**0,9%**
Wechselkurseffekte	-4,8%	-1,2%	-3,7%	-3,1%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	**-4,6%**	**11,2%**	**-4,0%**	**4,1%**
Akquisitionen/Divestments	-5,0%	6,4%	-3,0%	1,3%
Organisch	**0,4%**	**4,8%**	**-1,0%**	**2,8%**
Davon Preis	-0,6%	3,2%	1,0%	1,3%
Davon Menge	0,9%	1,6%	-1,9%	1,5%

Das Geschäftsfeld **Laundry & Home Care** verzeichnete im dritten Quartal eine sehr starke organische Umsatzentwicklung von 6,0 Prozent. Vor diesem Hintergrund zeigte der Bereich Waschmittel insgesamt eine sehr starke Umsatzentwicklung, die insbesondere durch ein starkes Wachstum der Kategorie Universalwaschmittel sowie ein deutliches Umsatzwachstum der Kategorie Feinwaschmittel getragen war. Der Bereich Reinigungsmittel erzielte sogar eine zweistellige organische Umsatzsteigerung, die insbesondere durch die Kategorie Handgeschirrspülmittel getrieben wurde.

Das Geschäftsfeld **Hair** erreichte einen starken organischen Umsatzanstieg von 4,0 Prozent. Dabei erzielte das Konsumentengeschäft – insbesondere getragen von den Kategorien Haarpflege und Haarcoloration – eine starke organische Umsatzentwicklung. Das Friseurgeschäft erreichte eine sehr starke Umsatzsteigerung.

Das Geschäftsfeld **Weitere Konsumentengeschäfte** verzeichnete eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von -1,2 Prozent, die vor allem auf den Bereich Körperpflege in Europa zurückzuführen ist.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz			
Drittes Quartal	**Q3/2025**	**Q3/2026**	**+/-**	**Organisch**
Consumer Brands	2.402	**2.643**	10,1%	**4,8%**
Laundry & Home Care	1.409	**1.465**	4,0%	**6,0%**
Hair	833	**1.019**	22,3%	**4,0%**
Weitere Konsumentengeschäfte	159	**159**	0,0%	**-1,2%**
Januar-September	**1-9/2025**	**1-9/2026**		
Consumer Brands	7.308	**7.376**	0,9%	**2,8%**
Laundry & Home Care	4.392	**4.234**	-3,6%	**2,5%**
Hair	2.454	**2.702**	10,1%	**4,1%**
Weitere Konsumentengeschäfte	462	**441**	-4,5%	**-1,8%**

Aus regionaler Sicht verzeichnete der Unternehmensbereich Consumer Brands im dritten Quartal in der Region **Europa** eine positive organische Umsatzentwicklung. Dabei erzielten sowohl das Geschäftsfeld Laundry & Home Care als auch das Geschäftsfeld Hair ein jeweils gutes organisches Umsatzwachstum. Die Region **Nordamerika** erzielte ebenfalls eine positive organische Umsatzsteigerung, die insbesondere durch das Geschäftsfeld Hair getrieben war. Die Region **IMEA** erreichte eine zweistellige organische Umsatzsteigerung, die durch jeweils zweistellige Wachstumsraten in den Geschäftsfeldern Laundry & Home Care und Hair getragen wurde. Die Region **Lateinamerika** erzielte ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum, vor allem getrieben durch das Geschäftsfeld Laundry & Home Care. Die Region **Asien/Pazifik** verzeichnete hingegen eine insgesamt leicht rückläufige organische Umsatzentwicklung. Während das Geschäftsfeld Hair ein positives organisches Umsatzwachstum erreichte, entwickelte sich das Geschäftsfeld Laundry & Home Care unter Vorjahresniveau.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 30. Juni 2026.

Ausblick des Henkel-Konzerns

Vor dem Hintergrund der starken Geschäftsentwicklung im dritten Quartal und der Annahmen zum weiteren Geschäftsverlauf hatte Henkel den Ausblick für das Geschäftsjahr 2026 am 29. Oktober 2026 aktualisiert.

Für den Konzern erwartet Henkel im Geschäftsjahr 2026 ein **organisches Umsatzwachstum** zwischen 3,0 und 4,0 Prozent (bisher: 1,5 bis 3,5 Prozent). Dabei wird für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies von einer organischen Umsatzsteigerung von 4,5 bis 5,5 Prozent (zuvor: 2,0 bis 4,0 Prozent) ausgegangen. Für den Unternehmensbereich Consumer Brands wird ein Anstieg von 1,5 bis 2,5 Prozent (zuvor: 0,5 bis 2,5 Prozent) prognostiziert.

Auf Konzern-Ebene wird eine **bereinigte Umsatzrendite** (bereinigte EBIT-Marge) von rund 15 Prozent (bisher: 14,5 bis 16,0 Prozent) erwartet. Dabei wird für Adhesive Technologies von einer bereinigten Umsatzrendite von rund 16,5 Prozent (bisher: 16,5 bis 18,0 Prozent) und für Consumer Brands von rund 15 Prozent (bisher: 14,0 bis 15,5 Prozent) ausgegangen.

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

Darüber hinaus haben wir für 2026 die folgenden Erwartungen:

- **Akquisitionen/Divestments:** positiver Effekt im niedrigen einstelligen Prozentbereich
- **Umrechnung von Umsatzerlösen in Fremdwährung:** negativer Einfluss im niedrigen einstelligen Prozentbereich
- **Preise für direkte Materialien:** Anstieg von rund 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahresdurchschnitt[1] (bisher: Anstieg im hohen einstelligen Prozentbereich im Vergleich zum Vorjahresdurchschnitt[1])
- **Restrukturierungsaufwendungen:** 200 bis 250 Mio Euro (bisher: 150 bis 200 Mio Euro)
- **Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte:** 650 bis 750 Mio Euro

[1] Bruttopreisentwicklung, das heißt 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 Berichts über das Geschäftsjahr 2026:
Montag, 8. März 2027

Hauptversammlung der Henkel AG & Co. KGaA 2027:
Mittwoch, 14. April 2027

Veröffentlichung der Quartalsmitteilung Q1 2027:
Mittwoch, 5. Mai 2027

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

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