

Quartalsmitteilung Q1 2025

Januar–März

Weitere Fortschritte bei der Umsetzung der strategischen Wachstumsagenda

Henkel mit Umsatzentwicklung im Rahmen der Erwartungen bei weiterhin starker Profitabilität

- **Konzernumsatz: rund 5,2 Mrd Euro, organisch -1,0 Prozent**
- **Adhesive Technologies: positives organisches Umsatzwachstum von 1,1 Prozent mit positiver Mengenentwicklung trotz eingetrübten Umfelds**
- **Consumer Brands: organische Umsatzentwicklung von -3,5 Prozent; verhaltene Konsumnachfrage und Herausforderungen in der Supply Chain belasten Volumen**
- **Verkauf des Geschäfts mit Handelsmarken in Nordamerika vollzogen – Abschluss des strategischen Portfolio-Optimierungsprogramms bei Consumer Brands**
- **Ausblick für das Geschäftsjahr 2025 trotz deutlich volatilerem Marktumfeld unverändert:**
 - Organisches Umsatzwachstum: 1,5 bis 3,5 Prozent
 - Bereinigte Umsatzrendite: 14,0 bis 15,5 Prozent
 - Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): Anstieg im niedrigen bis hohen einstelligen Prozentbereich (bei konstanten Wechselkursen)

Düsseldorf, 8. Mai 2025 – Henkel hat im ersten Quartal 2025 einen Konzernumsatz von rund 5,2 Mrd Euro erzielt nach rund 5,3 Mrd Euro im Vorjahresquartal. Organisch lag der Umsatz um -1,0 Prozent unter dem Vorjahresquartal. Dazu trug vor allem das seit Jahresbeginn deutlich schwierigere geopolitische und gesamtwirtschaftliche Umfeld bei, das sowohl die industrielle Nachfrage als auch die Verbraucherstimmung – insbesondere in Nordamerika – beeinflusste. Im Klebstoffgeschäft konnte der Umsatz dennoch organisch gesteigert werden – bei einem ausgewogenen Preis- und Mengenmix. Im Konsumentengeschäft war die rückläufige Entwicklung wie erwartet zudem durch die starken Vergleichszahlen und die Herausforderungen in der Supply Chain beeinflusst.

„Wie bereits bei der Veröffentlichung der Geschäftszahlen für 2024 im März angekündigt, war der Start in das neue Geschäftsjahr auf der Umsatzseite verhalten. Gleichzeitig verzeichneten wir weiterhin starke Brutto- und EBIT-Margen. Wir haben weiter konsequent und erfolgreich

an der Umsetzung unserer strategischen Wachstumsagenda gearbeitet. So haben wir die Veräußerung des Geschäfts mit den Handelsmarken in Nordamerika früher als erwartet vollzogen und damit das Portfolio-Optimierungsprogramm in unserem Unternehmensbereich Consumer Brands, das wir Anfang 2022 angekündigt hatten, erfolgreich abgeschlossen. Damit können wir uns nun vollständig auf das Wachstum unseres Markengeschäfts mit Innovationen konzentrieren, die mit ihren Technologien für die Konsumenten relevanten Mehrwert bieten“, sagte Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel.

„Die Volatilität und Unsicherheit in den globalen Märkten hat seit Jahresbeginn deutlich zugenommen. Dennoch bleibt unsere Prognose für weiteres organisches Umsatzwachstum und fortgesetzte Ergebnisverbesserung im Jahr 2025 unverändert und gehen wir weiterhin von einem stärkeren zweiten Halbjahr aus. Dazu werden auch unsere Innovationen beitragen, die wir mit fortgesetzten Investitionen in unsere Marken auf den Markt bringen werden. Gleichzeitig gehen wir von starken Brutto- und EBIT-Margen aus. Die Entwicklung in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres belegt, dass wir hier auf einem guten Weg sind. Das zeigt: Wir haben eine klare Strategie, die wir konsequent umsetzen, und wir liefern, was wir ankündigen.“

Umsatzentwicklung nach Unternehmensbereichen

in Mio Euro	Umsatz		+/-	Organisch
	Q1/2024	Q1/2025		
Henkel-Konzern	5.317	5.242	-1,4%	-1,0%
Adhesive Technologies	2.677	2.715	1,4%	1,1%
Consumer Brands	2.605	2.484	-4,6%	-3,5%

Die positive organische Umsatzentwicklung im Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** wurde im ersten Quartal insbesondere von einem starken Anstieg im Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik getragen. Die rückläufige organische Umsatzentwicklung im Unternehmensbereich **Consumer Brands** war insbesondere bedingt durch die verhaltene Verbraucherstimmung und den Lagerabbau bei Handelskunden sowie durch die Herausforderungen in der Supply Chain.

Umsatzentwicklung Konzern

Der **Konzernumsatz** erreichte im **ersten Quartal 2025** 5.242 Mio Euro. Damit lag er **nominal** um -1,4 Prozent unter dem Vorjahresquartal (5.317 Mio Euro). **Organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – verringerte sich der Umsatz um -1,0 Prozent. Diese Entwicklung spiegelt wie erwartet das aktuell herausfordernde geopolitische und gesamtwirtschaftliche Umfeld mit Auswirkungen auf die industrielle Nachfrage und Verbraucherstimmung – insbesondere in Nordamerika – wider. Während die organische Umsatzentwicklung auf Konzernebene durch eine positive Preiskomponente gestützt war, lag das Volumen unter dem Vorjahresniveau. Akquisitionen und Divestments erhöhten den Umsatz um 1,1 Prozent. Wechselkurseffekte wirkten sich mit -1,4 Prozent demgegenüber negativ auf die Umsatzentwicklung aus.

Umsatzentwicklung Konzern

in Mio Euro	Q1/2024	Q1/2025
Umsatz	5.317	5.242
Veränderung zum Vorjahr	-5,2%	-1,4%
Wechselkurseffekte	-3,9%	-1,4%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	-1,3%	0,0%
Akquisitionen/Divestments	-4,3%	1,1%
Organisch	3,0%	-1,0%
Davon Preis	3,4%	1,4%
Davon Menge	-0,4%	-2,4%

Im ersten Quartal lag das organische Umsatzwachstum in der Region **Europa** bei -2,0 Prozent. In der Region **IMEA** legte der Umsatz organisch um 4,6 Prozent zu. Die Region **Nordamerika** verzeichnete eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von -5,6 Prozent. In **Lateinamerika** lag der Umsatz organisch um 1,5 Prozent oberhalb des Vorjahreszeitraums. Die Region **Asien/Pazifik** erreichte eine organische Umsatzsteigerung von 3,6 Prozent.

Umsatzentwicklung nach Regionen¹

in Mio Euro	Europa	IMEA	Nordamerika	Lateinamerika	Asien/Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz Januar–März 2025	1.989	562	1.429	375	844	43	5.242
Umsatz Januar–März 2024	2.023	575	1.478	421	784	35	5.317
Veränderung gegenüber Vorjahresquartal	-1,7%	-2,3%	-3,4%	-10,8%	7,6%	–	-1,4%
Organisch	-2,0%	4,6%	-5,6%	1,5%	3,6%	–	-1,0%
Anteil am Konzernumsatz 2025	38%	11%	27%	7%	16%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz 2024	38%	11%	28%	8%	15%	1%	100%

¹ Nach Sitz der Gesellschaft.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erzielte im **ersten Quartal 2025** einen **Umsatz** von 2.715 Mio Euro. Damit lag der Umsatz **nominal** um 1,4 Prozent über dem Vorjahresquartal (2.677 Mio Euro). **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erreichten wir gegenüber dem ersten Quartal 2024 ein Umsatzwachstum von 1,1 Prozent. Dabei erzielten wir eine positive Preis- und Volumenentwicklung. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um -1,0 Prozent. Akquisitionen/Divestments wirkten sich mit 1,3 Prozent positiv aus.

Umsatzentwicklung Adhesive Technologies

in Mio Euro	Q1/2024	Q1/2025
Umsatz	2.677	2.715
Anteil am Konzernumsatz	50%	52%
Veränderung zum Vorjahr	-4,1%	1,4%
Wechselkurseffekte	-3,8%	-1,0%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	-0,4%	2,4%
Akquisitionen/Divestments	-1,7%	1,3%
Organisch	1,3%	1,1%
Davon Preis	1,0%	0,6%
Davon Menge	0,3%	0,5%

Die positive organische Umsatzentwicklung des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies im ersten Quartal wurde vor allem durch das Geschäftsfeld **Mobilität & Elektronik** getragen, das ein starkes organisches Umsatzwachstum von 3,1 Prozent erzielte. Treiber dieses Wachstums waren die Bereiche Elektronik und Industrie, während sich der Bereich Automobil bedingt durch das herausfordernde Marktumfeld rückläufig entwickelte. Das Geschäftsfeld **Verpackungen & Konsumgüter** zeigte insgesamt eine leicht rückläufige organische Umsatzentwicklung von -0,4 Prozent. Dabei verzeichnete der Geschäftsbereich Verpackungen eine stabile Entwicklung, gestützt durch eine weitere Erholung der Nachfrage. Demgegenüber erzielte der Bereich Konsumgüter eine leicht rückläufige Entwicklung gegenüber dem Vorjahresquartal. Im Geschäftsfeld **Handwerk, Bau & Gewerbe** erhöhte sich der Umsatz organisch um 0,4 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Dabei war das Wachstum insbesondere durch die Geschäftsbereiche Handwerk und Bau getrieben, die jeweils ein gutes Wachstum erreichten.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz		+/-	Organisch
	Q1/2024	Q1/2025		
Adhesive Technologies	2.677	2.715	1,4%	1,1%
Mobilität & Elektronik	946	966	2,1%	3,1%
Verpackungen & Konsumgüter	838	804	-4,1%	-0,4%
Handwerk, Bau & Gewerbe	893	945	5,9%	0,4%

Aus regionaler Sicht verzeichnete der Unternehmensbereich Adhesive Technologies insgesamt eine gemischte Entwicklung. In **Europa** lag der Umsatz organisch unterhalb des Vorjahresquartals, im Wesentlichen bedingt durch das Geschäftsfeld Handwerk, Bau & Gewerbe. Die Region **Nordamerika** wies im ersten Quartal in einem insgesamt herausfordernden Marktumfeld eine rückläufige Umsatzentwicklung aus, insbesondere aufgrund der Geschäftsfelder Mobilität & Elektronik sowie Verpackungen & Konsumgüter. Die Region **IMEA** erzielte eine sehr starke organische Umsatzsteigerung, die insbesondere durch eine zweistellige organische Umsatzentwicklung im Geschäftsfeld Handwerk, Bau & Gewerbe getrieben wurde. Die Region **Lateinamerika** erreichte ebenfalls ein sehr starkes Wachstum, primär getrieben durch eine zweistellige Umsatzsteigerung im Geschäftsfeld Mobilität & Elektronik. Die Geschäftsfelder Verpackungen & Konsumgüter sowie Handwerk, Bau & Gewerbe trugen mit jeweils sehr starkem Wachstum zur Entwicklung bei. Die Region **Asien/Pazifik** erreichte ein deutliches Wachstum, das insbesondere auf eine zweistellige Umsatzsteigerung des Bereichs Elektronik in China zurückzuführen ist.

Umsatzentwicklung Consumer Brands

Im **ersten Quartal 2025** lag der **Umsatz** des Unternehmensbereichs Consumer Brands bei 2.484 Mio Euro und damit **nominal** -4,6 Prozent unter dem Vorjahresquartal. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – sank der Umsatz um -3,5 Prozent. Der Unternehmensbereich verzeichnete eine gute Preisentwicklung gegenüber dem ersten Quartal 2024, während sich das Volumen vor allem bedingt durch die verhaltene Verbraucherstimmung und den Lagerabbau bei Handelskunden – insbesondere in Nordamerika – sowie durch die Herausforderungen in der Supply Chain wie erwartet rückläufig entwickelte. Wechselkurseffekte hatten mit -2,0 Prozent einen negativen Einfluss auf den Umsatz. Akquisitionen/Divestments wirkten sich mit 0,8 Prozent positiv auf den Umsatz aus.

Umsatzentwicklung Consumer Brands

in Mio Euro	Q1/2024	Q1/2025
Umsatz	2.605	2.484
Anteil am Konzernumsatz	49%	47%
Veränderung zum Vorjahr	-6,0%	-4,6%
Wechselkurseffekte	-4,0%	-2,0%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	-2,0%	-2,7%
Akquisitionen/Divestments	-7,2%	0,8%
Organisch	5,2%	-3,5%
Davon Preis	6,2%	2,0%
Davon Menge	-1,0%	-5,5%

Das Geschäftsfeld **Laundry & Home Care** verzeichnete im ersten Quartal eine negative organische Umsatzentwicklung in Höhe von -4,1 Prozent. Dabei zeigte der Bereich Waschmittel insgesamt ein negatives Wachstum, das im Wesentlichen durch eine rückläufige Entwicklung in der Kategorie Universalwaschmittel bedingt war, während die Kategorie Feinwaschmittel ein sehr starkes Wachstum verzeichnete. Der Bereich Reinigungsmittel erzielte demgegenüber eine gute organische Umsatzsteigerung, die insbesondere durch einen deutlichen Umsatzanstieg in der Kategorie Geschirrspülmittel getragen wurde.

Das Geschäftsfeld **Hair** erzielte eine rückläufige organische Umsatzentwicklung in Höhe von -1,6 Prozent. Dabei zeigte das Konsumentengeschäft ein positives Wachstum, das insbesondere durch die Kategorien Haarcoloration und Haarstyling getrieben war. Das Friseurgeschäft entwickelte sich insgesamt unter Vorjahresniveau, insbesondere bedingt durch eine rückläufige Umsatzentwicklung infolge des herausfordernden Konsumenten Umfelds in der Region Nordamerika.

Das Geschäftsfeld **Weitere Konsumentengeschäfte** verzeichnete eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von -6,8 Prozent, die vor allem auf eine negative Entwicklung im Bereich Körperpflege in den Regionen Nordamerika und Europa zurückzuführen war.

Umsatzentwicklung nach Geschäftsfeldern

in Mio Euro	Umsatz		+/-	Organisch
	Q1/2024	Q1/2025		
Consumer Brands	2.605	2.484	-4,6%	-3,5%
Laundry & Home Care	1.661	1.550	-6,7%	-4,1%
Hair	781	792	1,4%	-1,6%
Weitere Konsumentengeschäfte	163	142	-12,6%	-6,8%

Aus regionaler Sicht lag die Umsatzentwicklung aller Regionen – mit Ausnahme von IMEA – unter dem Vorjahresniveau. Die Region **IMEA** erzielte eine insgesamt gute organische Umsatzsteigerung, getragen von einem deutlichen organischen Umsatzwachstum im Geschäftsfeld Hair sowie einer guten Entwicklung im Geschäftsfeld Laundry & Home Care. **Europa** verzeichnete demgegenüber eine rückläufige Entwicklung, bedingt durch das Geschäftsfeld Laundry & Home Care, während sich das Geschäftsfeld Hair gut entwickelte. Die Regionen **Nordamerika** sowie **Asien/Pazifik** zeigten über alle Geschäftsfelder hinweg eine Umsatzentwicklung unter dem Vorjahresniveau. Die Region **Lateinamerika** entwickelte sich insgesamt unter Vorjahresniveau, bedingt durch das Geschäftsfeld Laundry & Home Care. Demgegenüber verzeichnete das Geschäftsfeld Hair eine sehr starke organische Umsatzentwicklung.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 31. Dezember 2024.

Ausblick des Henkel-Konzerns

Für das laufende Jahr erwartet Henkel weiterhin ein **organisches Umsatzwachstum** zwischen 1,5 und 3,5 Prozent. Dabei wird für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies von einer organischen Umsatzsteigerung von 2,0 bis 4,0 Prozent ausgegangen. Für den Unternehmensbereich Consumer Brands wird ein Anstieg von 1,0 bis 3,0 Prozent prognostiziert.

Die **bereinigte Umsatzrendite (bereinigte EBIT-Marge)** wird weiterhin in einer Bandbreite von 14,0 bis 15,5 Prozent erwartet. Hier wird für Adhesive Technologies von einer bereinigten Umsatzrendite zwischen 16,0 und 17,5 Prozent und für Consumer Brands zwischen 13,5 und 15,0 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 2025 weiterhin die folgenden Erwartungen:

- Akquisitionen/Divestments: negativer Effekt im niedrigen einstelligen Prozentbereich auf das nominale Umsatzwachstum
- Umrechnung von Umsatzerlösen in Fremdwährung: neutraler bis negativer Einfluss im niedrigen einstelligen Prozentbereich
- Preise für direkte Materialien: Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich im Vergleich zum Vorjahresdurchschnitt
- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 200 bis 250 Mio Euro
- Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte zwischen 650 und 750 Mio Euro

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.

Finanzkalender

Veröffentlichung des Halbjahresberichts 2025:

Donnerstag, 7. August 2025

Veröffentlichung der Quartalsmitteilung Q3 2025:

Donnerstag, 6. November 2025

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