

Kwartaalbericht Q1 2025

Januari–Maart

Verdere vooruitgang in implementatie agenda voor strategische groei

Henkel met omzetontwikkeling in lijn met verwachtingen terwijl winstgevendheid sterk blijft

- **Groepsomzet: ongeveer 5,2 miljard euro; autonome ontwikkeling -1,0 procent**
- **Adhesive Technologies: positieve autonome omzetgroei van 1,1 procent met positieve volumeontwikkeling ondanks uitdagende omgeving**
- **Consumer Brands: autonome omzetontwikkeling van -3,5 procent; volumes beïnvloed door matige consumentenvraag en uitdagingen in de toeleveringsketen**
- **Verkoop van Retailer Brands activiteiten in Noord-Amerika afgerond - strategisch optimalisatieprogramma voor portfolio in Consumer Brands afgerond**
- **Vooruitzichten voor boekjaar 2025 ongewijzigd ondanks toegenomen volatiliteit in de marktomgeving:**
 - Organische omzetgroei: 1,5 tot 3,5 procent
 - Aangepast rendement op omzet: 14,0 tot 15,5 procent
 - Aangepaste winst per preferent aandeel (EPS): stijging van lage tot hoge enkelcijferige bandbreedte (tegen constante wisselkoersen)

Düsseldorf, 8 mei 2025 - Henkel boekte een geconsolideerde omzet van ongeveer 5,2 miljard euro in het eerste kwartaal van 2025, vergeleken met ongeveer 5,3 miljard euro in hetzelfde kwartaal vorig jaar. De autonome omzet daalde met -1,0 procent ten opzichte van het kwartaal vorig jaar. De daling was voornamelijk te wijten aan de uitdagende geopolitieke en macro-economische omgeving, die sinds het begin van het jaar aanzienlijk is toegenomen. Dit beïnvloedde zowel de industriële vraag als het consumentenvertrouwen - vooral in Noord-Amerika. Desondanks steeg de omzet van Adhesive Technologies autonoom, ondersteund door een evenwichtige prijs- en volumemix. Zoals verwacht, bleef de omzet van Consumer Brands achter ten opzichte van vorig jaar, mede door sterke vergelijkende cijfers en uitdagingen in de toeleveringsketen.

"Zoals we in maart al aangaven toen we onze cijfers voor het volledige jaar 2024 bekendmaakten, zikende de omzet in het nieuwe boekjaar een eerder matige start. Tegelijkertijd zijn we

sterke bruto- en EBIT-marges blijven behalen en zijn we consequent en succesvol blijven werken aan de uitvoering van onze strategische groeiagenda. We zijn eerder dan verwacht klaar met het afstoten van de Retailer Brands activiteiten in Noord-Amerika, waarmee we het optimalisatieprogramma voor het portfolio in onze Consumer Brands business unit, dat we begin 2022 aankondigden, succesvol hebben afgerond. Dit betekent dat we nu al onze aandacht kunnen richten op de groei van onze merkproducten voor de consument met innovaties en technologieën die een relevante toegevoegde waarde bieden voor de consument,” aldus Carsten Knobel, CEO van Henkel.

“De volatiliteit en onzekerheid op de wereldwijde markten zijn sinds het begin van het jaar aanzienlijk toegenomen. De doelstellingen voor het huidige boekjaar blijven ongewijzigd en we verwachten nog steeds een verdere autonome omzetgroei en een geleidelijke verbetering van de winst in 2025. We verwachten nog steeds een sterkere tweede helft van het jaar, met ook bijdragen van onze innovaties, die we op de markt zullen brengen gesteund door voortdurende investeringen in onze merken. Tegelijkertijd verwachten we sterke bruto- en EBIT-marges. De ontwikkeling die we hebben gezien in de eerste drie maanden van het huidige boekjaar laat zien dat we in dit opzicht op de goede weg zijn. Dit toont aan dat we een duidelijke en consequent doorgevoerde strategie hebben en dat we onze beloften waarmaken.”

Ontwikkeling verkoop per divisie

in miljoen euro	Verkoop		+/-	Organisch
	Q1/2024	Q1/2025		
Henkel Group	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%

De positieve autonome omzetontwikkeling in de divisie **Adhesive Technologies** in het eerste kwartaal was vooral te danken aan de sterke groei in de business area Mobility & Electronics. De daling van de autonome omzet in de divisie **Consumer Brands** was met name te wijten aan een matig consumentenvertrouwen, voorraadafbouw bij klanten en uitdagingen in de toeleveringsketen.

Omzet op groepsniveau

De **omzet op groepsniveau** bedroeg in het **eerste kwartaal** van 2025 5.242 miljoen euro; een **nominale** daling van -1,4 procent vergeleken met het kwartaal van vorig jaar (5.317 miljoen euro). **Autonoom** (d.w.z. gecorrigeerd voor wisselkoersen en acquisities/desinvesteringen) daalde de omzet met -1,0 procent. Deze ontwikkeling was verwacht en weerspiegelt de huidige uitdagende geopolitieke en macro-economische omgeving, die zowel de industriële vraag als het consumentenvertrouwen beïnvloedt - vooral in Noord-Amerika. Hoewel de autonome verkoopprestaties op groepsniveau werden ondersteund door een positieve prijscomponent, bleven de volumes onder het niveau van vorig jaar. Overnames/desinvesteringen zorgden voor een omzetstijging van 1,1 procent. Omgekeerd hadden wisselkoerseffecten een negatieve impact op de verkoopresultaten van -1,4 procent.

Omzet op groepsniveau

in miljoen euro	Q1/2024	Q1/2025
Omzet	5.317	5.242
Verandering t.o.v. vorig jaar	-5,2%	-1,4%
Wisselkoersen	-3,9%	-1,4%
Gecorrigeerd voor wisselkoersverschillen	-1,3%	0,0%
Overnames/desinvesteringen	-4,3%	1,1%
Organisch	3,0%	-1,0%
Waarvan prijs	3,4%	1,4%
Waarvan volume	-0,4%	-2,4%

De autonome omzetgroei in **Europa** bedroeg -2,0 procent in het eerste kwartaal. In de regio **IMEA** steeg de omzet autonoom met 4,6 procent. In **Noord-Amerika** was de autonome omzetgroei negatief met -5,6 procent. In **Latijns-Amerika** was de autonome omzetgroei 1,5 procent hoger dan in het kwartaal van vorig jaar. De regio **Azië-Pacific** behaalde een autonome omzetgroei van 3,6 procent.

Omzet per regio¹

in miljoen euro	Europa	IMEA	Noord-Amerika	Latijns-Amerika	Azië-Pacific	Corporate	Henkel Group
Omzet Januari-Maart 2025	1.989	562	1.429	375	844	43	5.242
Omzet Januari-Maart 2024	2.023	575	1.478	421	784	35	5.317
Verandering t.o.v. vorig kwartaal	-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%
Deel groepsomzet 2025	38%	11%	27%	7%	16%	1%	100%
Deel groepsomzet 2024	38%	11%	28%	8%	15%	1%	100%

¹ Per locatie bedrijf.

Omzet Adhesive Technologies

De divisie Adhesive Technologies genereerde een **omzet** van 2.715 miljoen euro in het eerste kwartaal van 2025, een **nominale** stijging van 1,4 procent vergeleken met het kwartaal van vorig jaar (2.677 miljoen euro). **Autonoom** (d.w.z. gecorrigeerd voor wisselkoersen en overnames/desinvesteringen) steeg de omzet met 1,1 procent vergeleken met het eerste kwartaal van 2024. Zowel prijs als volume ontwikkelden zich positief. Wisselkoerseffecten drukten de omzet met -1,0 procent. Acquisities/desinvesteringen hadden een positief effect van 1,3 procent.

Omzet Adhesive Technologies

in miljoen euro	Q1/2024	Q1/2025
Omzet	2.677	2.715
Deel groepsomzet	50%	52%
Verandering t.o.v. vorig jaar	-4,1%	1,4%
Wisselkoersen	-3,8%	-1,0%
Gecorrigeerd voor wisselkoersverschillen	-0,4%	2,4%
Overnames/desinvesteringen	-1,7%	1,3%
Organisch	1,3%	1,1%
Waarvan prijs	1,0%	0,6%
Waarvan volume	0,3%	0,5%

De positieve autonome omzet van de divisie Adhesive Technologies in het eerste kwartaal was vooral te danken aan de business area Mobility & Electronics, die een sterke autonome omzetgroei van 3,1 procent realiseerde. Deze groei werd aangedreven door de units Electronics and Industrials, terwijl Automotive terugviel als gevolg van de moeilijke marktomstandigheden. Met -0,4 procent was de autonome omzetontwikkeling in **Packaging & Consumer Goods** over het geheel genomen licht negatief. De Packaging business vertoonde een stabiele ontwikkeling, ondersteund door een verder herstel van de vraag. De Consumer Goods business boekte een lichte daling ten opzichte van hetzelfde kwartaal vorig jaar. De autonome omzetgroei voor **Craftsmen, Construction & Professional** steeg met 0,4 procent ten opzichte van hetzelfde kwartaal vorig jaar. De groei werd met name gestimuleerd door de Consumers & Craftsmen and Construction businesses, die beide een goede groei lieten zien.

Omzetontwikkeling per business area

in miljoen euro	Omzet		+/-	Organic
	Q1/2024	Q1/2025		
Adhesive Technologies	2.677	2.715	1,4%	1,1%
Mobility & Electronics	946	966	2,1%	3,1%
Packaging & Consumer Goods	838	804	-4,1%	-0,4%
Craftsmen, Construction & Professional	893	945	5,9%	0,4%

Over de verschillende regio's heen, was de prestatie van de divies Adhesive Technologies wisselend. In **Europa** was de omzet autonoom lager dan in het kwartaal van vorig jaar, voornamelijk door de Craftsmen, Construction & Professional business. In een marktomgeving die over het algemeen uitdagend was, liet de regio **Noord-Amerika** in het eerste kwartaal een dalende omzet zien, voornamelijk door ontwikkelingen in de business area's Mobility & Electronics en Packaging & Consumer Goods. De regio **IMEA** boekte een zeer sterke organische omzetgroei, vooral dankzij een dubbelcijferige organische omzetstijging in de business area Craftsmen, Construction & Professional. De regio **Latijns-Amerika** liet eveneens een zeer sterke groei zien, die vooral te danken was aan een dubbelcijferige omzetstijging in de business area Mobility & Electronics. De activiteiten Packaging & Consumer Goods en Craftsmen, Construction & Professional droegen ook bij aan deze ontwikkeling en lieten beide een zeer sterke groei zien. De regio **Azië-Pacific** liet een aanzienlijke groei zien, met name dankzij een dubbelcijferige omzetstijging bij Elektronica in China.

Omzet Consumer Brands

In de divisie Consumer Brands bedroeg de **omzet** in het **eerste kwartaal** van 2025 2.484 miljoen euro, een **nominale** daling van -4,6 procent ten opzichte van het kwartaal vorig jaar. **Organisch** (d.w.z. gecorrigeerd voor wisselkoersen en acquisities/desinvesteringen) daalde de omzet met -3,5 procent. De business unit boekte een goede prijsontwikkeling in vergelijking met het eerste kwartaal van 2024, terwijl de volumes zoals verwacht daalden, voornamelijk als gevolg van een gematigd consumentenvertrouwen en voorraadafbouw bij retailklanten - vooral in Noord-Amerika - in combinatie met uitdagingen in de toeleveringsketen. Wisselkoerseffecten hadden een negatieve invloed van -2,0 procent op de omzet, terwijl overnames/desinvesteringen een positieve invloed van 0,8 procent op de omzet hadden.

Omzet Consumer Brands

in miljoen euro	Q1/2024	Q1/2025
Omzet	2.605	2.484
Deel groepsomzet	49%	47%
Verandering t.o.v. vorig jaar	-6,0%	-4,6%
Wisselkoersen	-4,0%	-2,0%
Gecorrigeerd voor wisselkoersverschillen	-2,0%	-2,7%
Overnames/desinvesteringen	-7,2%	0,8%
Organisch	5,2%	-3,5%
Waarvan prijs	6,2%	2,0%
Waarvan volume	-1,0%	-5,5%

In het eerste kwartaal liet de **Laundry & Home Care** business een negatieve autonome omzetontwikkeling zien van -4,1 procent. Laundry Care boekte een negatieve groei die voornamelijk werd veroorzaakt door een daling in de categorie Fabric Cleaning, terwijl de categorie Fabric Care een zeer sterke groei liet zien. Home Care realiseerde daarentegen een goede autonome omzetstijging, voornamelijk dankzij een aanzienlijke omzetgroei in de categorie Dishwashing.

De **Hair** business zag de autonome omzet met -1,6 procent dalen. De consumentenactiviteiten lieten een positieve groei zien, die vooral te danken was aan de categorieën Haarkleurmiddelen en Haarstyling. Over het geheel genomen, bleef de ontwikkeling van de Professional business achter bij die van vorig jaar, wat voornamelijk te wijten was aan een omzetzakelijke daling als gevolg van de uitdagende consumentenomgeving in de regio Noord-Amerika.

De **overige consumentenactiviteiten** boekten een autonome omzetzakelijke daling van -6,8 procent, voornamelijk als gevolg van de negatieve ontwikkeling van de Body Care-activiteiten in de regio's Noord-Amerika en Europa.

Omzet per business

in miljoen euro	Omzet		+/-	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%
Other Consumer Businesses	163	142	-12,6%	-6,8%

From a regional perspective, sales development in all regions – with the exception of IMEA – was below the previous year's level. The **IMEA** region posted a good organic sales increase overall, driven by significant organic sales growth in the Hair business area and good development in the Laundry & Home Care business area. **Europe**, on the other hand, experienced a decline due to developments in the Laundry & Home Care business area, while the Hair business area showed good growth. Sales growth in the **North America** and **Asia-Pacific** regions was below the previous year's level across all business areas. The performance of the **Latin America** region as a whole was below that of the prior year due to developments in the Laundry & Home Care business area. The Hair business area, by contrast, posted very strong organic sales development.

Regionaal gezien lag de omzetontwikkeling in alle regio's - met uitzondering van IMEA - onder het niveau van vorig jaar. De regio **IMEA** boekte over het geheel genomen een goede autonome omzetsijging, dankzij een aanzienlijke autonome omzetgroei in de Hair business en een goede ontwikkeling in de Laundry & Home Care business. **Europa** daarentegen tekende een daling op als gevolg van ontwikkelingen in de Laundry & Home Care business, terwijl de Hair business een goede groei liet zien. De omzetgroei in **Noord-Amerika** en **Azië-Pacific** was in alle business area's lager dan vorig jaar. De prestaties van de regio **Latijns-Amerika** als geheel waren lager dan vorig jaar door ontwikkelingen in de Laundry & Home Care business. De Hair business daarentegen liet een zeer sterke autonome omzetontwikkeling zien.

Nettoactiva en financiële positie van de Groep

Er hebben zich in de verslagperiode geen substantiële wijzigingen voorgedaan in de nettoactiva en de financiële positie van de Groep vergeleken met de situatie per 31 december 2024.

Vooruitzichten Henkel Group

Voor het lopende jaar verwacht Henkel nog steeds een **organische omzetgroei** tussen 1,5 en 3,5 procent. Voor de divisie Adhesive Technologies wordt een organische omzetgroei tussen 2,0 en 4,0 procent verwacht. Voor Consumer Brands verwachten we een autonome omzetstijging van 1,0 tot 3,0 procent.

Het **aangepaste rendement op omzet** (aangepaste EBIT-marge) zal naar verwachting nog steeds tussen 14,0 en 15,5 procent liggen. Het aangepaste rendement op omzet zal naar verwachting tussen 16,0 en 17,5 procent liggen voor Adhesive Technologies en tussen 13,5 en 15,0 procent voor Consumer Brands.

De **aangepaste winst per preferent aandeel** (WPA) zal tegen constante wisselkoersen naar verwachting nog steeds stijgen met lage tot hoge eencijferige percentages.

Verder hebben we nog steeds de volgende verwachtingen voor 2025:

- Acquisities/desinvesteringen: negatief effect in het lage eencijferige percentagebereik op de nominale omzetgroei
- Omrekening van verkopen in vreemde valuta: neutraal tot negatief effect in de lage ééncijferige percentages.
- Prijzen van directe materialen: lage tot gemiddelde eencijferige procentuele stijging vergeleken met het gemiddelde van het voorgaande jaar.
- Herstructureringskosten van 200 tot 250 miljoen euro
- Kasuitstroom uit investeringen in materiële en immateriële vaste activa van 650 tot 750 miljoen euro

About Henkel

With its brands, innovations and technologies, Henkel holds leading market positions worldwide in the industrial and consumer businesses. Henkel's Adhesive Technologies business unit leads the global market for adhesives, sealants and coatings. The Consumer Brands business unit occupies a leading position in numerous markets and categories around the globe, particularly in the Laundry & Home Care and Hair business areas. Henkel's three biggest brands are Loctite, Persil and Schwarzkopf. In fiscal 2024, Henkel posted sales of around 21.6 billion euros and an adjusted operating profit of around 3.1 billion euros. Henkel's preferred shares are listed in the German stock index DAX. Sustainability has a long tradition at Henkel, and the company has a clear sustainability strategy with specific targets. Henkel was founded in 1876 and today employs a diverse team of around 47,000 people worldwide – united by a strong corporate culture, shared values and a common purpose: "Pioneers at heart for the good of generations." For further details, go to www.henkel.com.

Over Henkel

Met zijn merken, innovaties en technologieën bekleedt Henkel wereldwijd een leidende marktpositie in de industriële en consumentenmarkt. Henkels business unit Adhesive Technologies leidt de wereldmarkt voor kleefstoffen, dichtingsmiddelen en coatings. De business unit Consumentenmerken bekleedt een leiderspositie in talrijke markten en categorieën over de hele wereld, vooral in de business area's Wasmiddelen & Huishoudelijke Verzorging en Haarverzorging. De drie grootste merken van Henkel zijn Loctite, Persil en Schwarzkopf. In het boekjaar 2024 boekte Henkel een omzet van ongeveer 21,6 miljard euro en een aangepast bedrijfsresultaat van ongeveer 3,1 miljard euro. De preferente aandelen van Henkel zijn genoteerd aan de Duitse aandelenindex DAX. Duurzaamheid heeft een lange traditie bij Henkel en het bedrijf heeft een duidelijke duurzaamheidsstrategie met specifieke doelstellingen. Henkel werd opgericht in 1876 en heeft vandaag een divers team van ongeveer 47.000 mensen wereldwijd - verenigd door een sterke bedrijfscultuur, gedeelde waarden en een gemeenschappelijk doel: "Pioneers at heart for the good of generations." Ga voor meer informatie naar www.henkel.com.

Dit document bevat verklaringen die verwijzen naar toekomstige bedrijfsontwikkelingen, financiële prestaties en andere gebeurtenissen of ontwikkelingen die in de toekomst van belang kunnen zijn voor Henkel. Toekomstgerichte verklaringen worden gekenmerkt door het gebruik van woorden zoals verwachten, voornemen, plannen, anticiperen, geloven, schatten en gelijkaardige termen. Dergelijke verklaringen zijn gebaseerd op huidige schattingen en veronderstellingen van het management van Henkel AG & Co. KGaA. Deze verklaringen mogen niet worden geïnterpreteerd als een garantie dat deze verwachtingen accuraat zullen blijken. De toekomstige prestaties en resultaten die Henkel AG & Co. KGaA en haar filialen zijn afhankelijk van een aantal risico's en onzekerheden en kunnen daarom wezenlijk verschillen (zowel positief als negatief) van toekomstgerichte verklaringen. Veel van deze factoren liggen buiten Henkels controle en kunnen niet op voorhand nauwkeurig worden ingeschat, zoals de toekomstige economische omgeving en de acties van concurrenten en anderen die betrokken zijn bij de markt. Henkel is niet van plan, noch verplicht zich tot het updaten van toekomstgerichte verklaringen.

Dit document bevat aanvullende financiële indicatoren die niet duidelijk gedefinieerd zijn in het toepasselijke financiële rapporteringsraamwerk en die alternatieve prestatiemaatstaven zijn of kunnen zijn. Deze aanvullende financiële indicatoren mogen niet afzonderlijk of als alternatief worden beschouwd voor de maatstaven van Henkels nettoactiva en financiële positie of bedrijfsresultaten zoals gepresenteerd in overeenstemming met het toepasselijke financiële rapporteringsraamwerk in de Geconsolideerde Jaarrekening. Andere bedrijven die gelijkaardige alternatieve prestatie maatstaven rapporteren of beschrijven, kunnen deze op een andere manier berekenen.

Dit document is enkel bedoeld voor informatieve doeleinden en is niet bedoeld als beleggingsadvies of een aanbod om effecten te verkopen of een uitnodiging tot het doen van een aanbod om effecten te kopen.

Financiële kalender

Publicatie halfjaarverslag 2025:

Donderdag 7 augustus 2025

Publicatie kwartaalbericht Q3 2025:

Donderdag 6 november 2025