

2025 Birinci Çeyrek Finansal Açıklama

Ocak–Mart

Stratejik büyüme gündeminin uygulanmasına devam ediliyor

Henkel'in satışları beklentiler doğrultusunda gelişme gösterirken karlılık güçlü seyrini koruyor

- **Grup genelinde satışlar:** Yüzde -1,0 oranında organik değişimle yaklaşık 5,2 milyar Euro.
- **Yapıştırıcı Teknolojileri:** Zorlu koşullara karşın miktarlarda gerçekleşen pozitif gelişme ile yüzde 1,1 oranında pozitif organik satış büyümesi elde edildi.
- **Tüketici Markaları:** Organik satışlarda yüzde -3,5 oranında değişim gerçekleşirken, azalan tüketici talebi ve tedarik zincirinde yaşanan zorluklar miktarlar üzerinde etkili oldu.
- **Kuzey Amerika'daki Perakende Markaları iş kolunun satışı tamamlandı. Tüketici Markalarında stratejik portföy optimizasyon programı sonuçlandı.**
- **Pazarlarda artan dalgalanmaya rağmen 2025 mali yılı için öngörü değişmedi:**
 - Organik satış büyümesi: Yüzde 1,5 ile 3,5 oranları arasında.
 - Düzeltilmiş satış kazancı: Yüzde 14,0 ile 15,5 seviyeleri arasında.
 - İmtiyazlı hisse senedi başına karlılık (EPS): Düşük ila yüksek tek haneli yüzde aralığında artış (sabit kur ile).

Düsseldorf, 8 Mayıs 2025 - Henkel, 2025 yılının ilk çeyreğinde yaklaşık 5,2 milyar Euro tutarında konsolide satış gerçekleştirdi. Geçtiğimiz yılın aynı çeyreğinde bu rakam yaklaşık 5,3 milyar Euro idi. Organik satışlarda bir önceki yılın aynı çeyreğine göre yüzde -1,0'lık bir değişim görüldü. Bu değişimin başlıca nedeni, jeopolitik ve makroekonomik ortamda yılın başından bu yana önemli ölçüde artan zorluklar oldu. Bu durum, özellikle Kuzey Amerika'da hem endüstriyel talebi hem de tüketici duyarlılığını etkiledi. Bununla birlikte, dengeli bir fiyat ve miktar yapısıyla desteklenen Yapıştırıcı Teknolojileri satışları organik artış gösterdi. Beklendiği gibi, Tüketici Markalarında satışlar, güçlü baz etkisi ve tedarik zinciri zorlukları nedeniyle geçen yılın altında kaldı.

Bu konuda Henkel CEO'su Carsten Knobel "Mart ayında 2024 yılının tamamına ilişkin rakamlarımızı açıkladığımızda da belirttiğimiz üzere, yeni mali yıl satışlarda nispeten durgun bir şekilde başladı. Bir yandan da güçlü brüt kar ve VFÖK marjları elde etmeye devam ettik. Ayrıca stratejik büyüme gündemimizi hayata geçirmek için tutarlı ve başarılı bir şekilde çalışmayı sürdürdük. Kuzey Amerika'daki Perakende Markaları iş kolunun satışını beklenenden önce gerçekleştiren, Tüketici Markaları iş birimimize yönelik olarak 2022 yılının başında açıkladığımız

portföy optimizasyon programını başarıyla tamamladık. Bu da, artık tüm dikkatimizi tüketicilere önemli katma değer sunan teknolojilerle desteklenmiş yenilikçi markalı tüketici ürünleri işimizi büyütmeye odaklanabileceğimiz anlamına geliyor” diyerek şunları ekledi:

“Küresel pazarlardaki dalgalanmalar ve belirsizlik yılın başından bu yana önemli ölçüde arttı. Mevcut mali yıl için belirlenen hedefler değişmeden korunmakta olup, 2025 yılında organik satış büyümesi ve karlılıkta kademeli bir iyileşme beklemeye devam ediyoruz. Yılın ikinci yarısında ise, markalarımıza yaptığımız yatırımları sürdürerek pazara sunacağımız inovasyonların da etkisiyle daha güçlü bir performans bekliyoruz. Aynı zamanda, güçlü brüt kar marjı ve VFÖK marjı beklentimizi sürdürüyoruz. Mevcut mali yılın ilk üç ayında kaydettiğimiz gelişme, bu konuda doğru yolda olduğumuzu gösteriyor. Bu da net ve tutarlı bir şekilde uyguladığımız stratejimizin başarılı bir şekilde ilerlediğini ve sözlerimizi yerine getirdiğimizin bir göstergesidir.”

İş Birimine göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar		+/-	Organik
	Q1/2024	Q1/2025		
Henkel Grup	5.317	5.242	%-1,4	%-1,0
Yapıştırıcı Teknolojileri	2.677	2.715	%1,4	%1,1
Tüketici Markaları	2.605	2.484	%-4,6	%-3,5

Yapıştırıcı Teknolojileri iş biriminin ilk çeyrekteki olumlu organik satış performansı, öncelikli olarak Mobilite ve Elektronik iş alanındaki güçlü büyümeden kaynaklandı. **Tüketici Markaları** iş birimindeki organik satışların gerilemesine ise özellikle tüketici duyarlılığının azalması, müşterilerin stoklarını azaltması ve tedarik zincirinde yaşanan güçlükler neden oldu.

Grup Genelinde Satış Performansı

2025'in ilk çeyreğinde Grup genelinde satışlar 5,242 milyar Euro olarak gerçekleşti. Bu rakam bir önceki yılın aynı çeyreğine (5,317 milyar Euro) kıyasla **nominal** olarak yüzde -1,4 oranında bir değişime tekabül etmektedir. **Organik** (döviz kurları ve satın alma/elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) olarak ise satışlar yüzde -1,0 oranında düşüş gösterdi. Bu gelişme, beklentiler dahilindeydi ve özellikle Kuzey Amerika'da hem endüstriyel talebi hem de tüketici duyarlılığını etkileyen mevcut zorlu jeopolitik ve makroekonomik ortamı yansıtmaktadır. Grup düzeyinde organik satış performansı olumlu fiyat bileşeniyle desteklenirken, miktarlar bir önceki yıldaki seviyenin altında kaldı. Satın almalar/elden çıkarmalar satışlarda yüzde 1,1 oranında artış sağladı. Öte yandan, döviz kurlarının satış performansına negatif etkisi yüzde -1,4 olarak kaydedildi.

Grup Genelinde Satış Performansı

Milyon Euro	Q1/2024	Q1/2025
Satışlar	5.317	5.242
Geçen yıla kıyasla değişim	%-5,2	%-1,4
Döviz kuru	%-3,9	%-1,4
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%-1,3	%0,0
Satın alma/elden çıkarmalar	%-4,3	%1,1
Organik	%3,0	%-1,0
Fiyata göre	%3,4	%1,4
Miktara göre	%-0,4	%-2,4

Avrupa bölgesindeki satışlardaki organik değişim ilk çeyrekte yüzde -2,0 oranında gerçekleşti. **IMEA** bölgesinde satışlarda yüzde 4,6 organik büyümeye yakalandı. **Kuzey Amerika**'da ise organik satış performansı yüzde -5,6 düşüş gösterdi. **Latin Amerika**'da organik satışlar önceki yılın aynı çeyreğinin yüzde 1,5 üzerinde gerçekleşti. **Asya-Pasifik** bölgesinde satışlarda yüzde 3,6 oranında organik büyümeye sağlandı.

Bölgelere Göre Satış Performansı¹

Milyon Euro	Avrupa	IMEA	Kuzey Amerika	Latin Amerika	Asya-Pasifik	Kurumsal	Henkel Grup
Satışlar Ocak-Mart 2025	1.989	562	1.429	375	844	43	5.242
Satışlar Ocak-Mart 2024	2.023	575	1.478	421	784	35	5.317
Geçen yılın aynı çeyreğine kıyasla değişim	%-1,7	%-2,3	%-3,4	%-10,8	%7,6	–	%-1,4
Organik	%-2,0	%4,6	%-5,6	%1,5	%3,6	–	%-1,0
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2025	%38	%11	%27	%7	%16	%1	%100
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2024	%38	%11	%28	%8	%15	%1	%100

¹ Şirketin bulunduğu lokasyona göre.

Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

2025'in ilk çeyreğinde, Yapıştırıcı Teknolojileri iş birimi, 2,715 milyar Euro tutarında **satış** gerçekleştirdi. Bu rakam, bir önceki yılın aynı çeyreğine (2,677 milyar Euro) kıyasla **nominal** olarak yüzde 1,4 oranında bir artışa işaret ediyor. **Organik** (döviz kurları ve satın alma/elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) olarak satışlar, 2024'ün ilk çeyreğine kıyasla yüzde 1,1 oranında artış gösterdi. Hem fiyat hem de miktarda olumlu gelişme kaydedildi. Kurların satışlar üzerindeki etkisi yüzde -1,0 olarak gerçekleşti. Satın alma ve elden çıkarmaların ise yüzde 1,3'lük pozitif bir etkisi görüldü.

Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

Milyon Euro	Q1/2024	Q1/2025
Satışlar	2.677	2.715
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%50	%52
Geçen yıla kıyasla değişim	%-4,1	%1,4
Döviz kuru	%-3,8	%-1,0
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%-0,4	%2,4
Satın alma/elden çıkarmalar	%-1,7	%1,3
Organik	%1,3	%1,1
Fiyata göre	%1,0	%0,6
Miktara göre	%0,3	%0,5

Yapıştırıcı Teknolojileri iş biriminin ilk çeyrekteki pozitif organik satış performansı, ağırlıklı olarak satışlarda yüzde 3,1'lik güçlü organik büyüme yakalanan **Mobilite ve Elektronik** iş alanından kaynaklandı. Bu büyüme Elektronik ve Endüstriyel iş kollarından kaynaklanırken, Otomotiv iş kolu pazardaki zorlu koşullar nedeniyle geriledi. **Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri** iş alanındaki organik satış gelişimi yüzde -0,4 ile genel anlamda hafif negatif bir seviyede gerçekleşti. Ambalajlama iş kolu, talepteki toparlanmanın devam etmesiyle istikrarlı bir gelişme gösterdi. Tüketici Ürünleri iş kolunda geçen yılın aynı çeyreğine kıyasla hafif bir düşüş kaydedildi. **Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel** iş alanındaki organik satış büyümesi bir önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde 0,4 oranında gerçekleşti. Büyüme özellikle, her ikisi de güçlü büyüme kaydeden Tüketici Ürünleri, Nalburiye ile İnşaat iş kollarından kaynaklandı.

İş Alanına Göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar		+/-	Organik
	Q1/2024	Q1/2025		
Yapıştırıcı Teknolojileri	2.677	2.715	%1,4	%1,1
Mobilite ve Elektronik	946	966	%2,1	%3,1
Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri	838	804	%-4,1	%-0,4
Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel	893	945	%5,9	%0,4

Yapıştırıcı Teknolojileri iş biriminin performansı genel olarak bölgeden bölgeye farklılık gösterdi. **Avrupa**'da satışlar, özellikle Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel iş alanındaki etkiler nedeniyle bir önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla organik olarak geriledi. Pazarda genel olarak zorlu koşulların kendisini hissettirdiği **Kuzey Amerika** bölgesi ilk çeyrekte, özellikle Mobilite ve Elektronik ile Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri iş alanlarındaki gelişmeler neticesinde satışlarda düşüşe sahne oldu. **IMEA** bölgesi, özellikle Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel iş alanında satışlardaki çift haneli organik artışın etkisiyle çok güçlü bir organik satış büyümesi kaydetti. Benzer şekilde **Latin Amerika** bölgesi de, özellikle Mobilite ve Elektronik iş alanındaki çift haneli satış artışından kaynaklanan çok güçlü bir büyüme gösterdi. Her ikisinde de çok güçlü büyüme görülen Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri ile Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel iş alanları da bu gelişmeye katkıda bulundu. **Asya-Pasifik** bölgesi, özellikle Çin'de Elektronik iş konusundaki satışlarda ulaşılan çift haneli artış oranı sayesinde önemli bir büyüme sergiledi.

Tüketici Markaları Satış performansı

Tüketici Markaları iş biriminde, **2025'in ilk çeyreğinde**, bir önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde -4,6'lık **nominal** bir değişimle 2,484 milyar Euro **satış** rakamı elde edildi. Satışlarda **organik** (döviz kurları ve satın alma/elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) olarak yüzde -3,5 oranında düşüş gerçekleşti. 2024'ün ilk çeyreğine kıyasla fiyat gelişimi olumlu bir seyir izlerken, hacimler beklendiği üzere düştü. Bu düşüşte, özellikle Kuzey Amerika'da azalan tüketici duyarlılığı ve perakende müşterilerinin stok azaltma eğilimi etkili oldu; tedarik zincirinde yaşanan zorluklar da bu durumu pekiştirdi. Kurların satışlar üzerinde yüzde -2,0 oranında olumsuz bir etkisi görülürken, satın almalar/elden çıkarmaların satışlar üzerindeki etkisi yüzde 0,8 oranında pozitif yönde oldu.

Tüketici Markaları Satış Performansı

Milyon Euro	Q1/2024	Q1/2025
Satışlar	2.605	2.484
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%49	%47
Geçen yıla kıyasla değişim	%-6,0	%-4,6
Döviz kuru	%-4,0	%-2,0
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%-2,0	%-2,7
Satın alma/elden çıkarmalar	%-7,2	%0,8
Organik	%5,2	%-3,5
Fiyata göre	%6,2	%2,0
Miktara göre	%-1,0	%-5,5

İlk çeyrekte **Çamaşır ve Ev Bakım** iş alanının satış rakamlarında yüzde -4,1'lik negatif bir organik değişim meydana geldi. Çamaşır Bakım iş kolu, ağırlıklı olarak Kumaş Temizleme kategorisindeki düşüş kaynaklı negatif değişim kaydederken, Hassas Bakım kategorisi çok güçlü bir büyüme gösterdi. Öte yandan Ev Bakım iş alanı, özellikle Bulaşık kategorisindeki önemli satış büyümesinin etkisiyle satışlarda güçlü bir organik artış sağladı.

Saç iş alanında satışlarda yüzde -1,6 oranında organik düşüş yaşandı. Tüketici Ürünleri, özellikle Saç Boyaları ve Saç Şekillendirme kategorilerinden kaynaklanan pozitif bir büyüme gösterdi. Genel olarak, Profesyonel iş alanının gelişimi, Kuzey Amerika bölgesindeki zorlu tüketici ortamının bir sonucu olarak satışlarda yaşanan düşüş nedeniyle bir önceki yılın altında kaldı.

Diğer Tüketici Ürünleri iş alanında, özellikle Kuzey Amerika ve Avrupa'da Vücut Bakımı iş kolundaki olumsuz değişimin bir sonucu olarak, organik satışlarda yüzde -6,8'lik bir düşüş görüldü.

İş Alanına Göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar		+/-	Organik
	Q1/2024	Q1/2025		
Tüketici Markaları	2.605	2.484	%-4,6	%-3,5
Çamaşır ve Ev Bakım	1.661	1.550	%-6,7	%-4,1
Saç	781	792	%1,4	%-1,6
Diğer Tüketici Ürünleri	163	142	%-12,6	%-6,8

Bölgesel açıdan bakıldığında, IMEA hariç tüm bölgelerde satış gelişimi bir önceki yılın seviyesinin altında kaldı. **IMEA** bölgesi, Saç iş alanındaki ciddi organik satış büyümesi ve Çamaşır ve Ev Bakım iş alanındaki iyi gelişme sayesinde genel olarak iyi bir organik satış artışı kaydetti. **Avrupa**'da ise Çamaşır ve Ev Bakım iş alanındaki gelişmeler nedeniyle bir düşüş yaşanırken, Saç iş alanı güçlü bir büyüme gösterdi. **Kuzey Amerika** ve **Asya-Pasifik** bölgelerindeki tüm iş alanlarında satış büyümesi bir önceki yılın gerisinde kaldı. **Latin Amerika** bölgesinin bir bütün olarak performansı, Çamaşır ve Ev Bakım iş alanındaki gelişmeler nedeniyle bir önceki yılın gerisinde kaldı. Buna karşın, Saç iş alanı çok güçlü bir organik satış gelişimi kaydetti.

Grup'un Net Varlıkları ve Mali Durumu

31 Aralık 2024'teki durum ile kıyaslandığında, incelenen dönemde, Grup'a ait net varlıklarda ya da mali durumda kayda değer bir değişiklik gerçekleşmemiştir.

Henkel Grubu Öngöröleri

Henkel, mevcut yıl için **organik satışlarda** yüzde 1,5 ile 3,5 aralığında **büyüme** beklemeye devam ediyor. Yapıştırıcı Teknolojileri iş birimi için organik satış büyümesinin yüzde 2,0 ile 4,0 arasında gerçekleşmesi öngörölüyor. Tüketici Markalarında ise organik satışlarda yüzde 1,0 ile 3,0 arasında bir artış bekleniyor.

Düzeltilmiş satış kazancının (düzeltilmiş VFÖK marjı) yüzde 14,0 ile yüzde 15,5 aralığında gerçekleşmesi beklentisi sürüyor. Düzeltilmiş satış kazancının Yapıştırıcı Teknolojilerinde yüzde 16,0 ile 17,5 aralığında, Tüketici Markalarında ise yüzde 13,5 ile 15,0 aralığında gerçekleşmesi bekleniyor.

Sabit kur ile **imtiyazlı hisse senedi başına karlılığın (EPS)** düşük ila yüksek tek haneli yüzde aralığında artmasına yönelik beklenti devam ediyor.

Bunun yanı sıra, Henkel'in 2025 mali yılına yönelik devam eden beklentileri şunlardır:

- Satın alma/elden çıkarmalar: Nominal satış büyümesinde düşük tek haneli yüzde aralığında negatif etki.
- Döviz kurlarına bağlı satış dönüşümü: Düşük tek haneli yüzde aralığında nötr ila negatif etki.
- Doğrudan malzeme fiyatları: Önceki yılın ortalamasına kıyasla düşük ila orta seviyede tek haneli yüzde aralığında artış.
- 200 ile 250 milyon Euro aralığında yeniden yapılandırma giderleri.
- Taşınmazlar, fabrikalar ve ekipmanlar ile maddi olmayan varlıklar için yapılacak yatırımlardan kaynaklanan 650 ile 750 milyon Euro aralığında nakit çıkışları.

Henkel Hakkında

Markaları, inovasyonları ve teknolojileri ile Henkel, endüstriyel ve tüketici iş birimlerinde, dünya genelindeki pazarlarda lider konumlara sahiptir. Henkel'in Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi; yapıştırıcılar, yalıtım malzemeleri ve kaplamalar pazarlarında global bir liderdir. Tüketici Markaları İş Birimi, özellikle Çamaşır ve Ev Bakım ile Saç iş alanları olmak üzere, dünya genelinde pek çok pazar ve kategoride lider konumlarda bulunmaktadır. Henkel'in en büyük üç markası Loctite, Persil ve Schwarzkopf markalarıdır. 2024 mali yılında Henkel, yaklaşık 21,6 milyar Euro satış ve yaklaşık 3,1 milyar Euro düzeltilmiş faaliyet karı bildirmiştir. Henkel'in imtiyazlı hisse senetleri, Almanya DAX borsa endeksine kayıtlıdır. Sürdürülebilirlik, Henkel'in köklü geleneğinin önemli bir bileşenidir ve şirket somut hedefler doğrultusunda hayata geçirdiği net bir sürdürülebilirlik stratejisine sahiptir. 1876'da kurulmuş olan Henkel, bugün dünyanın dört bir yanında güçlü bir şirket kültürü ile bir araya gelen, ortak değerlerde birleşen ve "Pioneers at heart for the good of generations" (Gelecek Nesiller İçin İyiliğe Öncülük Ediyoruz) amacıyla buluşan yaklaşık 47.000 kişiyi istihdam etmektedir. Detaylı bilgi için www.henkel.com adresini ziyaret edebilirsiniz.