

Update derde kwartaal 2025

Juli–september

Beide divisies met positieve organische omzetgroei

Hogere organische omzetgroei in Q3 – positieve volumeontwikkeling in beide divisies

- **Groepsomzet: 5,1 miljard euro, organisch +1,4 procent**
- **Adhesive Technologies: organische omzetgroei van 2,5 procent met positieve volume- en prijsontwikkeling**
- **Consumer Brands: organische omzetgroei van 0,4 procent met positieve volume- en prijsontwikkeling ondanks aanhoudend gematigde consumentenvraag**
- **Goede organische omzetgroei in Noord-Amerika dankzij beide divisies**
- **Integratie van Consumer Brands-activiteiten succesvol afgerond aan het einde van het jaar**
- **Prognose voor het hele jaar: bandbreedtes ongewijzigd**

Düsseldorf, 6 november 2025 – In het **derde kwartaal van 2025** boekte Henkel een robuuste omzetgroei in een marktomgeving die uitdagend blijft – zowel wat betreft de industriële vraag als de wereldwijd zwakke consumentenstemming – met een **groepsomzet** van circa 5,1 miljard euro. Dit komt overeen met een organisch groeipercentage van 1,4 procent. De groei op groepsniveau werd voornamelijk gedragen door een positieve volumeontwikkeling en stabiele prijzen.

“Zoals verwacht zette de verkoopdynamiek zich voort in het derde kwartaal. De belangrijkste drijfveer hiervoor was de divisie Adhesive Technologies, maar ook Consumer Brands realiseerde een positieve organische omzetgroei. Vanuit regionaal perspectief valt vooral de sterke verkoopontwikkeling in Noord-Amerika op – waaraan beide divisies hebben bijgedragen. Dit toont de doeltreffendheid van onze maatregelen aan,” aldus Henkel-CEO Carsten Knobel.

“Daarnaast zette de goede winstontwikkeling zich voort in het derde kwartaal, terwijl we consequent bleven investeren in onze bedrijven en merken. Tegelijkertijd boeken we zeer goede vooruitgang bij de integratie van onze Consumer Brands-activiteiten, en zoals aangekondigd zal dit proces tegen het einde van het jaar succesvol zijn afgerond. We verwachten dat we tegen het einde van het lopende boekjaar de volledige kostenbesparingen van minstens 525 miljoen euro zullen realiseren,” voegde Carsten Knobel eraan toe.

"De vooruitzichten voor het volledige jaar 2025 blijven ongewijzigd, hoewel de onzekerheid en uitdagingen op de wereldmarkten aanhouden. We blijven ervan uitgaan dat zowel de aangepaste EBIT-marge als de aangepaste EPS-groei bij constante wisselkoersen ruim binnen onze huidige prognoses zullen blijven. Als de algemene economische omstandigheden tegen het einde van het jaar echter niet merkbaar verbeteren, zal de organische omzetgroei van de Groep naar verwachting uitkomen in de lagere regionen van onze huidige prognose van 1 tot 2 procent", aldus Carsten Knobel.

Omzetontwikkeling per divisie

in miljoen euro	Omzet		+/-	Organisch
	Q3/2024	Q3/2025		
Derde kwartaal				
Henkel Group	5.492	5.147	-6,3%	1,4%
Adhesive Technologies	2.800	2.708	-3,3%	2,5%
Consumer Brands	2.653	2.402	-9,5%	0,4%
Januari-september	1-9/2024	1-9/2025		
Henkel Group	16.305	15.549	-4,6%	0,4%
Adhesive Technologies	8.275	8.124	-1,8%	1,6%
Consumer Brands	7.919	7.308	-7,7%	-1,0%

De divisie **Adhesive Technologies** realiseerde in het derde kwartaal een goede organische omzetgroei, aangedreven door de business units Mobility & Electronics en Craftsmen, Construction & Professional. De positieve organische omzetgroei in de business unit **Consumer Brands** werd voornamelijk aangedreven door de wereldwijde Hair business.

Omzetprestaties op groepsniveau

De **groepsomzet** daalde in het **derde kwartaal** van 2025 **nominaal** met -6,3 procent tot 5.147 miljoen euro. Acquisities/desinvesteringen hadden een negatief effect van -2,9 procent op de omzetontwikkeling. Wisselkoerseffecten zorgden voor een omzetsdaling van -4,8 procent. **Organisch** (d.w.z. gecorrigeerd voor wisselkoerseffecten en acquisities/desinvesteringen) steeg de omzet met 1,4 procent. Op groepsniveau werd deze groei gedreven door zowel een stabiele prijsontwikkeling als een over het algemeen goede volumegroei.

In de **eerste negen maanden** van 2025 bedroeg de **omzet** in totaal 15.549 miljoen euro. Dit komt neer op een **nominale** daling van -4,6 procent. **Organisch** realiseerde Henkel een positieve omzetgroei van 0,4 procent, dankzij een positieve prijsontwikkeling. Daarentegen daalde het volume op groepsniveau licht.

Groepsomzet

in miljoen euro	Q3/2024	Q3/2025	1-9/2024	1-9/2025
Omzet	5.492	5.147	16.305	15.549
Wijziging tov. vorig jaar	1,0%	-6,3%	-0,4%	-4,6%
Wisselkoersen	-3,6%	-4,8%	-2,4%	-3,5%
Gecorrigeerd op wisselkoerseffecten	4,5%	-1,5%	2,1%	-1,2%
Acquisities/desinvesteringen	1,2%	-2,9%	-1,0%	-1,6%
Organisch	3,3%	1,4%	3,0%	0,4%
Prijsgerateerd	2,1%	-0,1%	2,4%	0,9%
Volumegerateerd	1,2%	1,5%	0,6%	-0,4%

De organische omzetgroei in **het derde kwartaal** werd aangedreven door de regio's **Noord-Amerika, IMEA en Azië-Pacific**. Europa en Latijns-Amerika noteerden daarentegen een daling van de organische omzetontwikkeling.

Omzet per regio

in miljoen euro	Europa	IMEA	Noord-Amerika	Latijns-Amerika	Azië-Pacific	Corporate	Henkel Group
Omzet¹ juli-september 2025	1.990	537	1.319	369	895	37	5.147
Omzet ¹ juli-september 2024	2.047	580	1.509	401	915	40	5.492
Wijziging tov. vorig jaar	-2,8%	-7,4%	-12,6%	-8,0%	-2,1%	–	-6,3%
Organisch	-2,0%	10,0%	2,3%	-2,9%	4,9%	–	1,4%
Aandeel van de groep-somzet 2025	39%	10%	26%	7%	17%	1%	100%
Aandeel van de groep-somzet 2024	37%	11%	27%	7%	17%	1%	100%

¹ Op basis van de locatie van het bedrijf

Omzet Adhesive Technologies

De businessunit Adhesive Technologies behaalde in het derde kwartaal van 2025 een **omzet** van 2.708 miljoen euro. Dit betekent een nominale daling van -3,3 procent ten opzichte van hetzelfde kwartaal vorig jaar. **Organisch** (d.w.z. gecorrigeerd voor wisselkoerseffecten en acquisities/desinvesteringen) steeg de omzet met 2,5 procent. Deze groei werd gedreven door een positieve prijs- en volumeverschuiving. Wisselkoerseffecten zorgden voor een omzetsdaling van -4,9 procent. Acquisities/desinvesteringen hadden eveneens een negatief effect van -0,9 procent.

In de **eerste negen maanden** van 2025 noteerde de businessunit Adhesive Technologies een negatieve **nominale** omzetontwikkeling van -1,8 procent tot 8.124 miljoen euro. **Organisch** realiseerde Adhesive Technologies een goede omzetgroei van 1,6 procent.

Omzet Adhesive Technologies

in miljoen euro	Q3/2024	Q3/2025	1-9/2024	1-9/2025
Omzet	2.800	2.708	8.275	8.124
Aandeel groepsomzet	51%	53%	51%	52%
Wijziging tov. vorig jaar	3,3%	-3,3%	1,1%	-1,8%
Wisselkoersen	-3,3%	-4,9%	-2,4%	-3,3%
Gecorrigeerd op wisselkoerseffecten	6,5%	1,6%	3,5%	1,5%
Acquisities/desinvesteringen	2,8%	-0,9%	0,9%	-0,2%
Organisch	3,7%	2,5%	2,5%	1,6%
Prijsgereleerd	-0,2%	0,5%	0,1%	0,7%
Volumegereleerd	3,9%	2,0%	2,4%	0,9%

De goede organische omzetgroei van de divisie Adhesive Technologies in het derde kwartaal werd aangedreven door de businessunits **Mobility & Electronics** en Craftsmen, Construction & Professional. Mobility & Electronics genereerde een zeer sterke organische omzetstijging van 5,9 procent. Deze ontwikkeling werd aangedreven door een dubbelcijferige groei in de elektronicasector en een zeer sterke groei in de industriële sector. De omzet in de automobielsector daalde over het algemeen als gevolg van een gematigde vraag. De businessunit **Packaging & Consumer Goods** noteerde een licht negatieve organische omzetontwikkeling van -1,1 procent. Packaging noteerde een omzetsdaling. Consumer Goods tekende daarentegen een positieve groei op. De business unit **Craftsmen, Construction & Professional** realiseerde een organische omzetgroei van 2,2 procent. Deze groei werd ondersteund door een sterke omzetstijging in General Manufacturing & Maintenance. Construction realiseerde een goede groei, terwijl Consumers & Craftsmen een positieve groei liet zien.

Omzet per business unit

in miljoen euro	Omzet			
Derde kwartaal	Q3/2024	Q3/2025	+/-	Organic
Adhesive Technologies	2.800	2.708	-3,3%	2,5%
Mobility & Electronics	989	991	0,2%	5,9%
Packaging & Consumer Goods	841	767	-8,8%	-1,1%
Craftsmen, Construction & Professional	969	950	-2,0%	2,2%
Januari-september	1-9/2024	1-9/2025		
Adhesive Technologies	8.275	8.124	-1,8%	1,6%
Mobility & Electronics	2.926	2.934	0,3%	3,8%
Packaging & Consumer Goods	2.520	2.355	-6,5%	-0,4%
Craftsmen, Construction & Professional	2.829	2.834	0,2%	1,2%

Vanuit regionaal perspectief noteerde Adhesive Technologies in het derde kwartaal een lichte daling van de organische omzetgroei in **Europa**. Terwijl de business unit Craftsmen, Construction & Professional een positieve ontwikkeling liet zien, zagen Mobility & Electronics en Packaging & Consumer Goods een daling van de organische omzet. De regio **Noord-**

Amerika noteerde daarentegen een goede organische omzetgroei, aangedreven door Mobility & Electronics en Craftsmen, Construction & Professional. In de **regio IMEA** realiseerde de divisie een dubbelcijferige organische omzetgroei, waaraan alle drie de business units hebben bijgedragen. De regio **Latijns-Amerika** noteerde een daling van de organische omzetgroei, aangedreven door alle drie de business units. De regio **Azië-Pacific** noteerde een zeer sterke organische omzetgroei, met name dankzij een dubbelcijferige omzetstijging in de elektronicasector in China.

Omzet Consumer Brands

In de business unit Consumer Brands bedroeg de **omzet** in het **derde kwartaal** van 2025 in totaal 2.402 miljoen euro, wat neerkomt op een nominale daling van -9,5 procent ten opzichte van hetzelfde kwartaal vorig jaar. **Organisch** – d.w.z. gecorrigeerd voor wisselkoerseffecten en acquisities/desinvesteringen – realiseerde de business unit een positieve omzetstijging van 0,4 procent, gedreven door een positieve volumecomponent. De prijontwikkeling was echter licht negatief. Valuta-effecten zorgden voor een omzetsdaling van -4,8 procent. Overnames/desinvesteringen – met name de desinvestering van de retailer brands-activiteiten in Noord-Amerika – hadden ook een negatief effect op de omzet van -5,0 procent.

In de **eerste negen maanden** van 2025 bedroeg de omzet van Consumer Brands 7.308 miljoen euro, een **nominale** daling van -7,7 procent ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. **Organisch** daalde de omzet licht met -1,0 procent als gevolg van lagere volumes.

Omzet Consumer Brands

in miljoen euro	Q3/2024	Q3/2025	1-9/2024	1-9/2025
Omzet	2.653	2.402	7.919	7.308
Aandeel groepsomzet	48%	47%	49%	47%
Wijziging tov. vorig jaar	-1,6%	-9,5%	-1,8%	-7,7%
Wisselkoersen	-3,9%	-4,8%	-2,5%	-3,7%
Gecorrigeerd op wisselkoerseffecten	2,3%	-4,6%	0,8%	-4,0%
Acquisities/desinvesteringen	-0,3%	-5,0%	-2,9%	-3,0%
Organisch	2,7%	0,4%	3,7%	-1,0%
Prijsgerateerd	4,4%	-0,6%	4,9%	1,0%
Volumegerateerd	-1,7%	0,9%	-1,2%	-1,9%

In het derde kwartaal noteerde de business unit **Laundry & Home Care** een organische omzetsdaling van -1,5 procent, deels als gevolg van een uitdagende marktomgeving. Tegen deze achtergrond was de omzetontwikkeling in Laundry Care over het algemeen negatief. Terwijl de categorie Fabric Cleaning een daling noteerde, boekte de categorie Fabric Care een dubbelcijferige omzetgroei. De organische omzetgroei in Home Care bleef daarentegen vlak, met name als gevolg van een zeer sterke omzetstijging in de categorie Dishwashing. De categorie Hard Surface Cleaner bleef echter onder het niveau van vorig jaar.

De Hair business realiseerde een zeer sterke organische omzetgroei van 4,4 procent. Zowel de consumententak – voornamelijk ondersteund door de categorieën Hair Styling en Hair Colorants – als de professionele tak genereerden een zeer sterke omzetgroei.

De business area **Other Consumer Businesses** noteerde een daling van de organische omzet met -3,2 procent, voornamelijk als gevolg van de negatieve ontwikkeling in Body Care in de regio's Noord-Amerika en Europa.

Omzet per business unit

in miljoen euro	Omzet			
Derde kwartaal	Q3/2024	Q3/2025	+/-	Organisch
Consumer Brands	2.653	2.402	-9,5%	0,4%
Laundry & Home Care	1.649	1.409	-14,6%	-1,5%
Hair	829	833	0,6%	4,4%
Other Consumer Businesses	175	159	-9,0%	-3,2%
Januari–september	1–9/2024	1–9/2025		
Consumer Brands	7.919	7.308	-7,7%	-1,0%
Laundry & Home Care	4.974	4.392	-11,7%	-2,2%
Hair	2.437	2.454	0,7%	2,1%
Other Consumer Businesses	508	462	-9,1%	-3,8%

Vanuit regionaal perspectief noteerde de divisie Consumer Brands in het derde kwartaal een daling van de organische omzetgroei in **Europa**. De Hair business realiseerde een goede omzetgroei, terwijl de business unit Laundry & Home Care een negatieve ontwikkeling kende. De regio **Noord-Amerika** genereerde over het algemeen een goede organische omzetgroei, voornamelijk dankzij de Hair business. De regio **IMEA** realiseerde een aanzienlijke stijging van de organische omzet. De regio **Latijns-Amerika** noteerde een positieve organische omzetgroei, ook aangedreven door de Hair business. Ook de regio **Azië-Pacific** boekte een positieve organische omzet. Hier noteerde Hair een zeer sterke organische omzetgroei, terwijl de Laundry & Home Care onder het niveau van vorig jaar bleef.

Nettoactiva en financiële positie van de Groep

Er hebben zich in de verslagperiode geen substantiële wijzigingen voorgedaan in de nettoactiva en financiële positie van de Groep ten opzichte van de situatie op 30 juni 2025.

Vooruitzichten voor de Henkel Group

Voor het boekjaar 2025 verwacht Henkel een **organische omzetgroei** van 1,0 tot 2,0 procent voor de Groep. Voor de businessunit Adhesive Technologies wordt een organische omzetgroei tussen 2,0 en 3,0 procent verwacht. Voor Consumer Brands verwacht het bedrijf een organische omzetstijging van 0,5 tot 1,5 procent.

Het **aangepaste rendement op de omzet** (aangepaste EBIT-marge) op groepsniveau zal naar verwachting tussen 14,5 en 15,5 procent liggen. Adhesive Technologies zal naar verwachting een aangepast rendement op de omzet tussen 16,5 en 17,5 procent behalen. Voor Consumer Brands wordt een aangepast rendement op de omzet tussen 14,0 en 15,0 procent verwacht.

De **aangepaste winst per preferent aandeel** (EPS) bij constante wisselkoersen zal naar verwachting stijgen met een percentage tussen de lage en hoge enkele cijfers.

Als het algemene economische klimaat tegen het einde van het jaar niet merkbaar verbetert, zal de organische omzetgroei voor zowel de Group als beide divisies naar verwachting uitkomen aan de onderkant van onze huidige prognoses. Daarentegen blijven we verwachten dat zowel de aangepaste EBIT-marge – voor zowel de Group als de twee divisies – als de aangepaste EPS-groei bij constante wisselkoersen ruim binnen onze huidige prognoses zullen blijven.

Verder hebben we de volgende verwachtingen voor 2025:

- Acquisities/desinvesteringen: negatief effect in de lage enkelcijferige procenten op de nominale omzetgroei
- Omrekening van omzet in vreemde valuta: negatief effect in de lage tot midden enkele procenten
- Prijzen van directe materialen: stijging in de lage tot midden enkele procenten ten opzichte van het gemiddelde van vorig jaar
- Herstructureringskosten van 150 tot 200 miljoen euro
- Kasuitstromen uit investeringen in materiële en immateriële vaste activa tussen 650 en 750 miljoen euro

Over Henkel

Met zijn merken, innovaties en technologieën bekleedt Henkel wereldwijd leidende marktposities in de industriële en consumentensector. De businessunit Adhesive Technologies van Henkel is wereldwijd marktleider op het gebied van lijmen, afdichtingsmiddelen en coatings. De businessunit Consumer Brands bekleedt een leidende positie in tal van markten en categorieën over de hele wereld, met name op het gebied van was- en huishoudelijke verzorgingsproducten en haarverzorgingsproducten. 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 gecorrigeerde bedrijfswinst 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 de dag wereldwijd ongeveer

47.000 medewerkers in dienst – verenigd door een sterke bedrijfscultuur, gedeelde waarden en een gemeenschappelijk doel: "Pioniers in hart en nieren voor het welzijn van generaties." Voor meer informatie, zie www.henkel.com.

Dit document bevat uitspraken over toekomstige bedrijfsontwikkelingen, financiële prestaties en andere gebeurtenissen of ontwikkelingen die van belang zijn voor Henkel en die toekomstgerichte uitspraken kunnen zijn. Uitspraken over de toekomst worden gekenmerkt door het gebruik van woorden als 'verwachten', 'van plan zijn', 'voornemens zijn', 'anticiperen', 'geloven', 'schatten' en soortgelijke termen. Dergelijke verklaringen zijn gebaseerd op huidige schattingen en aannames van het management van Henkel AG & Co. KGaA. Deze verklaringen mogen op geen enkele wijze worden opgevat als een garantie dat deze verwachtingen ook daadwerkelijk zullen uitkomen. De toekomstige prestaties en resultaten die daadwerkelijk door Henkel AG & Co. KGaA en haar gelieerde ondernemingen worden behaald, zijn afhankelijk van een aantal risico's en onzekerheden en kunnen daarom wezenlijk (zowel positief als negatief) afwijken van toekomstgerichte verklaringen. Veel van deze factoren vallen buiten de controle van Henkel en kunnen niet vooraf nauwkeurig worden ingeschat, zoals de toekomstige economische omstandigheden en het optreden van concurrenten en andere marktpartijen. Henkel is niet van plan en neemt geen verplichting op zich om toekomstgerichte verklaringen bij te werken.

Dit document bevat aanvullende financiële indicatoren die niet duidelijk zijn gedefinieerd in het toepasselijke financiële verslaggevingskader en die alternatieve prestatimaatstaven zijn of kunnen zijn. Deze aanvullende financiële indicatoren mogen niet afzonderlijk worden bekeken of worden beschouwd als alternatieven voor maatstaven van het nettovermogen en de financiële positie of bedrijfsresultaten van Henkel zoals gepresenteerd in overeenstemming met het toepasselijke financiële verslaggevingskader in de geconsolideerde jaarrekening. Andere bedrijven die vergelijkbare alternatieve prestatimaatstaven rapporteren of beschrijven, kunnen deze op een andere manier berekenen.

Dit document is uitsluitend ter informatie uitgegeven en is niet bedoeld als beleggingsadvies of als een aanbod tot verkoop of een uitnodiging tot het doen van een aanbod tot aankoop van effecten.