

2025 Üçüncü Çeyrek Finansal Açıklama

Temmuz–Eylül

Her iki iş biriminde de pozitif organik satış büyümesi gerçekleşti.

Üçüncü çeyrekte daha yüksek organik satış büyümesi ve her iki iş birimindeki miktarlarda olumlu gelişim gözlemlendi

- Grup genelinde satışlar: 5,1 milyar Euro, yüzde +1,4'lük organik büyüme.
- Yapıştırıcı Teknolojileri: Pozitif miktar ve fiyat gelişimiyle yüzde 2,5 oranında organik satış büyümesi.
- Tüketici Markaları: Tüketici talebinin durgun seyrine rağmen pozitif miktar gelişimiyle satışlarda yüzde 0,4 oranında organik büyüme.
- Her iki iş biriminin katkısıyla Kuzey Amerika'da güçlü organik satış büyümesi.
- Tüketici Markaları işlerinin entegrasyonu yıl sonu itibariyle başarıyla tamamlandı.
- Yılın tamamına ilişkin öngörü: Aralıklar değişmedi.

Düsseldorf, 6 Kasım 2025 - Henkel, **2025'in üçüncü çeyreğinde**, hem endüstriyel talep hem de küresel ölçekte durgun kalan tüketici duyarlılığı açısından zorlu seyrini koruyan pazar koşullarına rağmen güçlü bir satış büyümesi kaydetti. **Grup genelinde satışlar** yaklaşık 5,1 milyar Euro olarak gerçekleşti. Bu, yüzde 1,4'lük organik bir büyümeye karşılık geliyor. Grup düzeyinde büyümeyi esasen miktarlardaki genel olumlu gelişme ve buna eşlik eden istikrarlı fiyat gelişimi desteklemiştir.

Bu konuda görüşlerini paylaşan Henkel CEO'su Carsten Knobel "Beklendiği üzere, satışlardaki ivme üçüncü çeyrekte artmaya devam etti. Bunun arkasındaki başlıca temel itici güç Yapıştırıcı Teknolojileri iş birimi olurken, Tüketici Markaları iş birimi de pozitif organik satış büyümesi kaydetti. Bölgesel açıdan bakıldığında, Kuzey Amerika'daki satışlarda her iki iş biriminin de pozitif satış büyümesiyle katkıda bulunduğu güçlü gelişim özellikle dikkat çekicidir. Bu durum uyguladığımız önlemlerin etkinliğini gösteriyor" dedi ve ekledi:

"Buna ek olarak, üçüncü çeyrekte kazançlardaki olumlu seyir devam ederken, iş birimlerimize ve markalarımıza yaptığımız yatırımları da istikrarlı bir şekilde sürdürdük. Aynı zamanda, Tüketici Markaları işlerimizin entegrasyonunda da çok iyi bir ilerleme kaydediyoruz ve duyurduğumuz üzere bu süreci yıl sonuna kadar başarıyla tamamlayacağız. Mevcut mali yılın sonuna kadar en az 525 milyon Euro tutarında maliyet tasarrufunu tamamen hayata geçirmiş olmayı bekliyoruz."

Carsten Knobel sözlerine şöyle devam etti: "Küresel pazarlardaki belirsizlik ve zorluklar devam etse de 2025'in tamamına ilişkin öngörü değişmemiştir. Hem düzeltilmiş VFÖK marjının hem de sabit kur ile imtiyazlı hisse senedi başına karlılıkta (EPS) büyümenin mevcut öngörü aralıklarımız içinde gerçekleşmesini bekliyoruz. Bununla birlikte, yıl sonuna kadar genel ekonomik ortamda belirgin bir iyileşme olmaması durumunda, Grubun organik satış büyümesinin mevcut hedef aralığımız olan yüzde 1 ile 2 seviyelerinin alt sınırında gerçekleşmesi öngörülmektedir."

İş Birimine Göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar		+/-	Organik
	Q3/2024	Q3/2025		
Üçüncü Çeyrek				
Henkel Grup	5.492	5.147	%-6,3	%1,4
Yapıştırıcı Teknolojileri	2.800	2.708	%-3,3	%2,5
Tüketici Markaları	2.653	2.402	%-9,5	%0,4
Ocak-Eylül	1-9/2024	1-9/2025		
Henkel Grup	16.305	15.549	%-4,6	%0,4
Yapıştırıcı Teknolojileri	8.275	8.124	%-1,8	%1,6
Tüketici Markaları	7.919	7.308	%-7,7	%-1,0

Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi, üçüncü çeyrekte Mobilite ve Elektronik ile Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel iş alanlarının etkisiyle iyi bir organik satış büyümesi kaydetmiştir. **Tüketici Markaları** İş Birimi'ndeki pozitif organik satış büyümesi esas olarak global Saç iş alanından kaynaklanmıştır.

Grup Genelinde Satış Performansı

2025'nin üçüncü çeyreğinde, Grup genelindeki **satışlar, nominal** olarak yüzde -6,3 oranında düşüşle 5,147 milyar Euro olarak gerçekleşti. Satın alma / elden çıkarmaların satışlardaki değişim üzerinde yüzde -2,9 oranında negatif bir etkisi oldu. Kur etkileri ise satışları yüzde -4,8 oranında geriye çekti. **Organik** olarak (döviz kurları ve satın alma / elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) satışlar yüzde 1,4 oranında artış gösterdi. Grup düzeyinde bu büyüme, fiyatlardaki istikrarlı seyrin yanı sıra miktarlardaki genel olarak iyi yönde gelişimden kaynaklandı.

2025'ün ilk dokuz ayında satışlar toplam 15,549 milyar Euro olarak kaydedildi. Bu ise satışlarda yüzde -4,6 oranında bir **nominal** düşüşe karşılık geliyor. **Organik olarak** Henkel, fiyatlardaki olumlu gelişmelerin desteğiyle yüzde 0,4 oranında pozitif satış büyümesi elde etti. Öte yandan, Grup düzeyinde miktarlarda hafif bir düşüş görüldü.

Grup Genelinde Satış Performansı

Milyon Euro	Q3/2024	Q3/2025	1-9/2024	1-9/2025
Satışlar	5.492	5.147	16.305	15.549
Geçen yıla kıyasla değişim	%1,0	%-6,3	%-0,4	%-4,6
Döviz kuru	%-3,6	%-4,8	%-2,4	%-3,5
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%4,5	%-1,5	%2,1	%-1,2
Satın alma / elden çıkarmalar	%1,2	%-2,9	%-1,0	%-1,6
Organik	%3,3	%1,4	%3,0	%0,4
Fiyata göre	%2,1	%-0,1	%2,4	%0,9
Miktara göre	%1,2	%1,5	%0,6	%-0,4

Üçüncü çeyrekte satışlardaki organik büyüme Kuzey Amerika, IMEA ve Asya-Pasifik bölgelerinden kaynaklanmıştır. Buna karşın Avrupa ve Latin Amerika bölgelerindeki organik satışlarda gerileme kaydedilmiştir.

Bölgelere Göre Satış Performansı

Milyon Euro	Avrupa	IMEA	Kuzey Amerika	Latin Amerika	Asya-Pasifik	Kurumsal	Henkel Grup
Satışlar ¹ Temmuz–Eylül 2025	1.990	537	1.319	369	895	37	5.147
Satışlar ¹ Temmuz–Eylül 2024	2.047	580	1.509	401	915	40	5.492
Geçen yıla kıyasla değişim	%-2,8	%-7,4	%-12,6	%-8,0	%-2,1	–	%-6,3
Organik	%-2,0	%10,0	%2,3	%-2,9	%4,9	–	%1,4
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2025	%39	%10	%26	%7	%17	%1	%100
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2024	%37	%11	%27	%7	%17	%1	%100

¹ Şirketin bulunduğu lokasyona göre.

2025'in ilk dokuz ayında, Henkel'in pozitif organik satış büyümesi IMEA ve Asya-Pasifik bölgelerinden kaynaklanmıştır.

Bölgelere Göre Satış Performansı

Milyon Euro	Avrupa	IMEA	Kuzey Amerika	Latin Amerika	Asya-Pasifik	Kurumsal	Henkel Grup
Satışlar ¹ Ocak-Eylül 2025	5.970	1.616	4.141	1.119	2.587	117	15.549
Satışlar ¹ Ocak-Eylül 2024	6.118	1.712	4.542	1.265	2.556	111	16.305
Geçen yıla kıyasla değişim	%-2,4	%-5,6	%-8,8	%-11,5	%1,2	-	%-4,6
Organik	%-1,9	%9,4	%-1,6	%-0,6	%3,9	-	%0,4
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2025	%38	%10	%27	%7	%17	%1	%100
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2024	%38	%11	%28	%8	%16	%1	%100

¹ Şirketin bulunduğu lokasyona göre.

Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi, **2025'ün üçüncü çeyreğinde** 2,708 milyar Euro'luk **satış** gerçekleştirdi. Bu rakam, bir önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde -3,3 oranında nominal bir düşüşe karşılık gelmektedir. **Organik** olarak (döviz kurları ve satın alma / elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) satışlar yüzde 2,5 oranında artış gösterdi. Bu büyüme, fiyat ve miktardaki olumlu gelişmelerden kaynaklandı. Kur etkileri, satışları yüzde -4,9 oranında geriye çekmiştir. Satın alma ve elden çıkarmaların da yüzde -0,9 oranında negatif bir etkisi olmuştur.

2025'ün ilk dokuz ayında, Yapıştırıcı Teknolojileri İş Biriminin satışları yüzde -1,8 oranındaki **nominal** negatif değişimle 8,124 milyar Euro olarak gerçekleşmiştir. **Organik olarak**, Yapıştırıcı Teknolojileri yüzde 1,6 oranında iyi bir satış büyümesi ortaya koymuştur.

Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

Milyon Euro	Q3/2024	Q3/2025	1-9/2024	1-9/2025
Satışlar	2.800	2.708	8.275	8.124
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%51	%53	%51	%52
Geçen yıla kıyasla değişim	%3,3	%-3,3	%1,1	%-1,8
Döviz kuru	%-3,3	%-4,9	%-2,4	%-3,3
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%6,5	%1,6	%3,5	%1,5
Satın alma / elden çıkarmalar	%2,8	%-0,9	%0,9	%-0,2
Organik	%3,7	%2,5	%2,5	%1,6
Fiyata göre	%-0,2	%0,5	%0,1	%0,7
Miktara göre	%3,9	%2,0	%2,4	%0,9

Yapıştırıcı Teknolojileri İş biriminin üçüncü çeyrekteki iyi organik satış büyümesi Mobilite ve Elektronik ile Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel İş alanlarından kaynaklanmıştır. **Mobilite ve Elektronik** iş alanı, satışlarda yüzde 5,9 oranında çok güçlü bir organik büyüme rakamı yakalamıştır. Bu artışta

Elektronik iş kolundaki çift haneli büyüme ve Endüstriyel iş kolundaki çok güçlü büyüme etkili oldu. Otomotiv iş kolundaki satışlar, durgun seyreden talebin etkisiyle genel olarak gerilemiştir. **Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri** iş alanı organik satışlarda yüzde -1,1'lik hafif negatif bir değişim kaydetmiştir. Ambalajlama iş kolunda satışlarda düşüş kaydedilmiştir. Öte yandan Tüketici Ürünleri iş kolu pozitif büyüme kaydetmiştir. **Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel** iş alanı yüzde 2,2 seviyesinde organik satış büyümesine ulaşmıştır. Bu büyüme, Genel İmalat ve Bakım iş kolundaki satışlarda kaydedilen güçlü artışla desteklenmiştir. İnşaat iş kolu iyi bir büyüme, Tüketici ve Nalburiye iş kolu da pozitif büyüme göstermiştir.

İş Alanına Göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar			
Üçüncü Çeyrek	Q3/2024	Q3/2025	+/-	Organik
Yapıştırıcı Teknolojileri	2.800	2.708	%-3,3	%2,5
Mobilite ve Elektronik	989	991	%0,2	%5,9
Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri	841	767	%-8,8	%-1,1
Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel	969	950	%-2,0	%2,2
Ocak-Eylül	1-9/2024	1-9/2025		
Yapıştırıcı Teknolojileri	8.275	8.124	%-1,8	%1,6
Mobilite ve Elektronik	2.926	2.934	%0,3	%3,8
Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri	2.520	2.355	%-6,5	%-0,4
Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel	2.829	2.834	%0,2	%1,2

Bölgesel açıdan bakıldığında, Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi üçüncü çeyrekte **Avrupa**'da organik satışlarda hafif bir gerileme yaşamıştır. Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel iş alanı pozitif bir gelişim kaydederken, Mobilite ve Elektronik ile Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri iş alanlarının organik satış rakamlarında düşüş görülmüştür. Buna karşılık, **Kuzey Amerika** bölgesi, Mobilite ve Elektronik ile Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel iş alanlarının etkisiyle iyi bir organik satış büyümesi yakalamıştır. **IMEA** bölgesinde, her üç iş alanının da katkısıyla iş birimi çift haneli organik satış büyümesi elde etmiştir. **Latin Amerika** bölgesinde, her üç iş alanının etkisiyle, organik satış büyümesinde gerileme yaşanmıştır. **Asya-Pasifik** bölgesi, özellikle Çin'de Elektronik iş kolundaki satışlarda kaydedilen çift haneli artış sayesinde çok güçlü bir organik satış büyümesi kaydetmiştir.

Tüketici Markaları Satış Performansı

Tüketici Markaları İş Birimi'nde, **2025 yılının üçüncü çeyreğindeki satışlar** 2,402 milyar Euro olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam, bir önceki yılın aynı çeyreğine göre **nominal** yüzde -9,5'lik oranında bir düşüşe karşılık gelmektedir. **Organik olarak**, yani döviz kurları ve satın alma / elden çıkarmalara göre düzeltilmiş şekilde bakıldığında, iş birimi pozitif miktar bileşeni sayesinde satışlarda yüzde 0,4 seviyesinde artış kaydetmiştir. Ancak, fiyatlardaki değişim hafif ölçekte negatif olmuştur. Kur etkileri, satışları yüzde -4,8 oranında geriye çekmiştir. Genel olarak satın alma / elden çıkarmalar, özellikle de Kuzey Amerika'daki perakende markaları iş kolunun elden çıkarılması satışlar üzerinde yüzde -5,0 oranında olumsuz etki yaratmıştır.

2025'ün ilk dokuz ayında Tüketici Markaları **satışları** bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde -7,7 oranındaki **nominal** düşüşle 7,308 milyar Euro olarak gerçekleşmiştir. **Organik** olarak, düşen miktarlardan dolayı satışlarda yüzde -1,0 oranında hafif bir gerileme görülmüştür.

Tüketici Markaları Satış Performansı

Milyon Euro	Q3/2024	Q3/2025	1-9/2024	1-9/2025
Satışlar	2.653	2.402	7.919	7.308
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%48	%47	%49	%47
Geçen yıla kıyasla değişim	%-1,6	%-9,5	%-1,8	%-7,7
Döviz kuru	%-3,9	%-4,8	%-2,5	%-3,7
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%2,3	%-4,6	%0,8	%-4,0
Satın alma / elden çıkarmalar	%-0,3	%-5,0	%-2,9	%-3,0
Organik	%2,7	%0,4	%3,7	%-1,0
Fiyata göre	%4,4	%-0,6	%4,9	%1,0
Miktara göre	%-1,7	%0,9	%-1,2	%-1,9

Üçüncü çeyrekte **Çamaşır ve Ev Bakım** iş alanı, kısmen zorlu pazar koşulları nedeniyle organik satışlarda yüzde -1,5'lik bir düşüş kaydetmiştir. Bu çerçevede, Çamaşır Bakım iş kolunun satışlarında genel olarak negatif bir değişim yaşanmıştır. Kumaş Temizleme kategorisinde düşüş yaşanırken, Hassas Bakım kategorisi satışlarda çift haneli büyüme kaydetmiştir. Buna karşın, Ev Bakım iş kolundaki organik satış büyümesi, özellikle Bulaşık kategorisindeki satışların çok güçlü artışı nedeniyle yatay seyretmiştir. Sert Yüzey Temizleyicileri kategorisi ise bir önceki yılda kaydedilen seviyenin altında kalmıştır.

Saç iş alanı, yüzde 4,4 oranında çok güçlü organik satış büyümesi göstermiştir. Hem Tüketici Ürünleri iş kolu – özellikle Saç Şekillendirme ve Saç Boyaları kategorilerinin desteğiyle – hem de Profesyonel iş kolu çok güçlü satış büyümesi göstermiştir.

Diğer Tüketici Ürünleri iş alanında ise özellikle Kuzey Amerika ve Avrupa'da Vücut Bakımı iş kolundaki olumsuz gelişmelerin etkisiyle organik satışlarda yüzde -3,2'lik bir düşüş kaydedilmiştir.

İş Alanına Göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar			
Üçüncü Çeyrek	Q3/2024	Q3/2025	+/-	Organik
Tüketici Markaları	2.653	2.402	%-9,5	%0,4
Çamaşır ve Ev Bakım	1.649	1.409	%-14,6	%-1,5
Saç	829	833	%0,6	%4,4
Diğer Tüketici Ürünleri	175	159	%-9,0	%-3,2
Ocak-Eylül	1-9/2024	1-9/2025		
Tüketici Markaları	7.919	7.308	%-7,7	%-1,0
Çamaşır ve Ev Bakım	4.974	4.392	%-11,7	%-2,2
Saç	2.437	2.454	%0,7	%2,1
Diğer Tüketici Ürünleri	508	462	%-9,1	%-3,8

Bölgesel açıdan bakıldığında, üçüncü çeyrekte Tüketici Markaları İş Birimi **Avrupa**'da organik satışlarda bir gerileme yaşamıştır. Saç iş alanı satışlarda iyi bir artış kaydederken, Çamaşır ve Ev Bakım iş alanında negatif bir değişim yaşanmıştır. **Kuzey Amerika** bölgesi, en başta Saç iş alanının katkısıyla organik satışlarda iyi bir büyüme sağlamıştır. **IMEA** bölgesi organik satışlarda kayda değer bir artış yakalamıştır. **Latin Amerika** bölgesi, Saç iş alanının katkısıyla pozitif organik satış büyümesi sergilemiştir. **Asya-Pasifik** bölgesi de pozitif organik satış değişimi kaydetmiştir. Bu bölgede Saç iş alanı çok güçlü bir organik satış büyümesi gösterirken, Çamaşır ve Ev Bakım iş alanı bir önceki yılın seviyesinin altında kalmıştır.

Grubun Net Varlıkları ve Mali Durumu

İncelenen dönemde, 30 Haziran 2025 tarihindeki durumla kıyaslandığında Grup'un net varlıkları veya mali durumunda kayda değer bir değişiklik gerçekleşmemiştir.

Henkel Grubu Öngörülleri

Henkel, 2025 mali yılında Grup düzeyinde **organik satış büyümesinin** yüzde 1,0 ile 2,0 arasında gerçekleşmesini bekliyor. Yapıştırıcı Teknolojileri iş birimi için organik satış büyümesinin yüzde 2,0 ile 3,0 arasında gerçekleşmesi öngörülüyor. Tüketici Markaları için ise organik satışlarda yüzde 0,5 ile 1,5 arasında bir artış öngörülüyor.

Grup düzeyinde **düzeltilmiş satış kazancının** (düzeltilmiş VFÖK marjı) yüzde 14,5 ile 15,5 aralığında gerçekleşmesi bekleniyor. Yapıştırıcı Teknolojilerinde düzeltilmiş satış kazancının yüzde 16,5 ile 17,5 aralığında olması, Tüketici Markaları için ise düzeltilmiş satış kazancının yüzde 14,0 ile 15,0 aralığında gerçekleşmesi bekleniyor.

Sabit kur ile **imtiyazlı hisse senedi başına karlılığı (EPS)** düşük ila yüksek tek haneli yüzde aralığında artması yönündeki beklenti devam ediyor.

Genel ekonomik ortamın yıl sonuna kadar belirgin bir şekilde iyileşmemesi durumunda, hem Grup hem de her iki iş birimi için organik satış büyümesinin mevcut hedef aralıklarının alt sınırında gerçekleşmesi bekleniyor. Buna karşın, gerek Grup gerekse her iki iş birimi için, hem düzeltilmiş VFÖK

marjının hem de sabit kur ile imtiyazlı hisse senedi başına karlılığın (EPS), mevcut öngörü aralıkları dahilinde gerçekleşmesi yönündeki beklenti devam ediyor.

Bunun yanı sıra, 2025 mali yılına yönelik beklentiler şunlardır:

- Satın alma / elden çıkarmalar: Nominal satış büyümesinde düşük tek haneli yüzde aralığında negatif etki.
- Döviz kurlarına bağlı satış dönüşümü: Düşük ila orta seviyede tek haneli yüzde aralığında negatif etki.
- Doğrudan malzeme fiyatları: Önceki yılın ortalamasına kıyasla düşük ila orta seviyeli tek haneli yüzde aralığında artış.
- 150 ile 200 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.