

2026 Birinci Çeyrek Finansal Açıklama

Ocak–Mart

2026 mali yılına iyi bir başlangıç

Henkel, 2026'nın ilk çeyreğinde iyi bir organik satış büyümesi sağladı

- **Grup genelinde satışlar: Yüzde +1,7'lik organik büyümeyle yaklaşık 5,0 milyar Euro olarak gerçekleşti.**
- **Organik satış büyümesi, her iki iş biriminde de miktar ve fiyatlarda kaydedilen olumlu gelişmelerden kaynaklandı:**
 - Yapıştırıcı Teknolojileri: Yüzde 1,7 oranında organik satış büyümesi.
 - Tüketici Markaları: Yüzde 1,8 oranında organik satış büyümesi.
- **Birleşme ve satın almalarla büyüme stratejisinin başarılı bir şekilde uygulanması:**
 - Toplamda yaklaşık 1,6 milyar Euro'luk satış hacmine karşılık gelen beş işlem gerçekleşti.
 - Halihazırda başarıyla tamamlanan üç anlaşma: Wetherby Laroc, ATP Adhesive Systems, Not Your Mother's.
- **Yaklaşık 1 milyar Euro'luk hisse geri alım programı mart ayı sonunda başarıyla tamamlandı.**
- **2026 mali yılına ilişkin beklentiler değişmedi:**
 - Organik satış büyümesi: Yüzde 1,0 ile 3,0 aralığında
 - Düzeltilmiş satış kazancı: Yüzde 14,5 ile 16,0 aralığında.
 - İmtiyazlı hisse senedi başına kârlılık (EPS): Düşük ila yüksek tek haneli yüzde aralığında artış (sabit kur ile).

7 Mayıs 2026, Düsseldorf – Henkel, 2026'nın ilk çeyreğinde yaklaşık 5,0 milyar Euro tutarında Grup satışına ulaşarak yüzde 1,7 oranında iyi bir organik büyüme kaydetti. Bu büyüme, her iki iş biriminde de miktar ve fiyatlarda kaydedilen olumlu gelişmelerden kaynaklandı.

Henkel CEO'su Carsten Knobel görüşlerini, "Zorlu bir ortamda, ilk çeyrekte her iki iş biriminin de katkısıyla iyi bir organik satış büyümesi kaydettik. Hem Yapıştırıcı Teknolojileri hem de Tüketici Markaları iş birimlerinde fiyat ve miktar büyümesi elde ettik." şeklinde ifade etti.

Carsten Knobel sözlerine şöyle devam etti: "Aynı zamanda stratejik gündemimizi tutarlı bir şekilde uyguluyor ve işlerimizi büyütme amacıyla yatırımlar yapıyoruz. Buna, her iki iş biriminde kısa süre önce duyurulan ve toplamda yaklaşık 1,6 milyar Euro'luk ilave satış hacmini temsil eden satın almalar da dahildir. Bu süreçte, beş işlemin üçü başarıyla tamamlandı. 2026 yılına ilişkin öngörümüz değişmedi. Henkel'in sürdürülebilir, kârlı büyüme yolunda ilerleyişi devam etmektedir."

İş Birimine Göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar		+/-	Organik
	Q1/2025	Q1/2026		
Henkel Grup	5.242	4.952	%-5,5	%1,7
Yapıştırıcı Teknolojileri	2.715	2.627	%-3,2	%1,7
Tüketici Markaları	2.484	2.285	%-8,0	%1,8

Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'nin ilk çeyrekteki iyi organik satış büyümesi, temel olarak Mobilite ve Elektronik iş alanındaki çok güçlü büyümeden kaynaklanmıştır. **Tüketici Markaları** İş Birimi'ndeki iyi organik satış gelişimi ise, esas olarak Saç iş alanındaki çok güçlü artışa dayanmaktadır.

Grup Genelinde Satış Performansı

2026'nın ilk çeyreğinde Grup genelinde satışlar 4,952 milyar Euro olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam bir önceki yılın aynı çeyreğine (5,242 milyar Euro) kıyasla **nominal** olarak yüzde -5,5 oranında bir değişime denk gelmektedir. **Organik** olarak (döviz kurları ve satın alma / elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) satışlar yüzde 1,7 oranında artış gösterdi. Hem fiyat hem de miktar açısından pozitif bir gelişme kaydedildi. Satın alma / elden çıkarmaların satışlar üzerindeki etkisi yüzde -2,1 oranında gerçekleşmiştir. Kurların ise satış performansı üzerinde yüzde -5,2 oranında olumsuz bir etkisi olmuştur.

Grup Genelinde Satış Performansı

Milyon Euro	Q1/2025	Q1/2026
Satışlar	5.242	4.952
Geçen yıla kıyasla değişim	%-1,4	%-5,5
Döviz kuru	%-1,4	%-5,2
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%0,0	%-0,4
Satın alma / elden çıkarmalar	%1,1	%-2,1
Organik	%-1,0	%1,7
Fiyata göre	%1,4	%0,7
Miktara göre	%-2,4	%1,0

Avrupa bölgesindeki organik satış değişimi, ilk çeyrekte yüzde -3,4 oranında gerçekleşmiştir. **IMEA** bölgesinde satışlarda yüzde 12,8 oranında organik büyüme yakalanmıştır. **Kuzey Amerika**'da ise yüzde 0,9 oranında pozitif bir organik satış performansı elde edilmiştir. **Latin Amerika**'da organik satışlar önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde -3,1 aşağıda seyretmiştir. **Asya Pasifik** bölgesinde ise organik satış büyümesi yüzde 10,3 oranında gerçekleşmiştir.

Bölgelere Göre Satış Performansı¹

Milyon Euro	Avrupa	IMEA	Kuzey Amerika	Latin Amerika	Asya- Kurumsal Pasifik	Henkel Grup	
Satışlar Ocak-Mart 2026	1.919	522	1.231	372	868	41	4.952
Satışlar Ocak-Mart 2025	1.989	562	1.429	375	844	43	5.242
Geçen yılın aynı çeyreğine kıyasla değişim	%-3,6	%-7,1	%-13,8	%-1,0	%2,8	-	%-5,5
Organik	%-3,4	%12,8	%0,9	%-3,1	%10,3	-	%1,7
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2026	%39	%11	%25	%8	%18	%1	%100
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2025	%38	%11	%27	%7	%16	%1	%100

¹ Şirketin bulunduğu lokasyona göre.

Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi, **2026'nın birinci çeyreğinde** 2,627 milyar Euro'luk **satış** gerçekleştirmiştir. Bu satış rakamı, geçen yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde -3,2 oranında bir **nominal** değişimi temsil etmektedir. **Organik olarak** (döviz kurları ve satın alma / elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) satışlar hem fiyat hem de miktardaki olumlu değişimlerin etkisiyle bir önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde 1,7 oranında artış göstermiştir. Kur etkileri satışları yüzde -5,2 oranında düşürmüştür. Satın almalar ve elden çıkarmaların ise yüzde 0,2 oranında hafif pozitif yönde bir etkisi görülmüştür.

Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

Milyon Euro	Q1/2025	Q1/2026
Satışlar	2.715	2.627
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%52	%53
Geçen yıla kıyasla değişim	%1,4	%-3,2
Döviz kuru	%-1,0	%-5,2
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%2,4	%1,9
Satın alma / elden çıkarmalar	%1,3	%0,2
Organik	%1,1	%1,7
Fiyata göre	%0,6	%0,4
Miktara göre	%0,5	%1,3

Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'nin ilk çeyrekteki iyi organik satış performansı, ağırlıklı olarak satışlarda yüzde 6,7'lik çok güçlü organik büyüme kaydeden **Mobilite ve Elektronik** iş alanından kaynaklanmıştır. Bu büyüme Elektronik ve Endüstriyel iş kollarından kaynaklanırken, Otomotiv iş kolu devam eden zorlu koşullar nedeniyle gerilemiştir. **Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri** iş alanı, Tüketici Ürünleri iş kolundaki iyi performansın etkisiyle genel olarak yüzde 0,5 oranında olumlu bir organik satış gelişimi göstermiştir. Buna karşılık, Ambalajlama iş kolunda hafif bir düşüş kaydedilmiştir. **Nalburie, İnşaat ve Profesyonel** iş alanı organik satışlarda bir önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde -2,3'lük bir düşüş kaydetmiştir. Bu gelişme Tüketici ve İnşaat iş kolundan kaynaklanırken, Genel İmalat ve Bakım iş kolu pozitif büyüme kaydetmiştir.

İş Alanına Göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar			Organik
	Q1/2025	Q1/2026	+/-	
Yapıştırıcı Teknolojileri	2.715	2.627	%-3,2	%1,7
Mobilite ve Elektronik	966	977	%1,1	%6,7
Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri	804	758	%-5,7	%0,5
Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel	945	892	%-5,7	%-2,3

Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'nin performansı genel olarak bölgeden bölgeye farklılık gösterdi. **Avrupa**'da organik satışlar, her üç iş alanındaki gelişmeler nedeniyle geçen yılın aynı çeyreğindeki seviyenin altında kalmıştır. **Kuzey Amerika** bölgesi satışlarda, genel olarak zorlu bir pazar ortamında, Mobilite ve Elektronik iş alanında sağlanan iyi organik satış gelişiminin desteğiyle yatay bir seyir izlemiştir. **IMEA** bölgesi, özellikle Mobilite ve Elektronik ile Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri iş alanlarında satışlardaki çift haneli organik artışın etkisiyle çok güçlü bir organik satış büyümesi kaydetmiştir. **Latin Amerika** bölgesi, Mobilite ve Elektronik ile Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri iş alanlarındaki gelişmelerin etkisiyle büyümede düşüş kaydetmiştir. **Asya-Pasifik** bölgesi, özellikle Çin'de Elektronik iş kolundaki satışlarda ulaşılan çift haneli artış sayesinde, çift haneli organik büyüme kaydetmiştir.

Tüketici Markaları Satış Performansı

Tüketici Markaları iş biriminde, **2026'nın ilk çeyreğinde**, bir önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde -8,0'lik **nominal** bir değişimle 2,285 milyar Euro **satış** rakamı elde edildi. **Organik** olarak (döviz kurları ve satın alma / elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) satışlar yüzde 1,8 oranında artış gösterdi. İş birimi, hem fiyat hem de miktar açısından 2025 yılının ilk çeyreğine kıyasla olumlu bir gelişme kaydetmiştir. Kurlar, satışlar üzerinde yüzde -5,2 oranında negatif bir etki yaratmıştır. Satın alma / elden çıkarmalar ise satışlarda yüzde -4,6 oranında değişime neden olmuştur.

Tüketici Markaları Satış Performansı

Milyon Euro	Q1/2025	Q1/2026
Satışlar	2.484	2.285
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%47	%46
Geçen yıla kıyasla değişim	%-4,6	%-8,0
Döviz kuru	%-2,0	%-5,2
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%-2,7	%-2,8
Satın alma / elden çıkarmalar	%0,8	%-4,6
Organik	%-3,5	%1,8
Fiyata göre	%2,0	%1,1
Miktara göre	%-5,5	%0,7

İlk çeyrekte **Çamaşır ve Ev Bakım** iş alanında organik satış gelişimi, yüzde 0,1 ile sabite yakın bir seyir izlemiştir. Çamaşır Bakım iş kolu, genel olarak Kumaş Temizleme kategorisinden kaynaklanan hafif bir düşüş gösterirken, Kumaş Bakım kategorisi önemli bir büyüme elde etmiştir. Öte yandan Ev Bakım iş kolu, özellikle Elde Bulaşık kategorisindeki çift haneli satış büyümesinin etkisiyle pozitif organik satış artışı sağlamıştır.

Saç iş alanı, satışlarda yüzde 5,1 oranında çok güçlü bir organik büyüme ortaya koymuştur. Tüketici Ürünleri iş kolunda çok güçlü bir büyüme kaydedilmiş olup, en güçlü katkı Saç Boyaları kategorisinden gelmiştir. Profesyonel iş kolu da çok güçlü bir gelişme göstermiştir.

Diğer Tüketici Ürünleri iş alanında, özellikle Kuzey Amerika'da Vücut Bakımı iş kolundaki kayda değer organik satış büyümesinin etkisiyle organik satışlarda yüzde 0,5'lik pozitif gelişme kaydedilmiştir.

İş Alanına Göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar			Organik
	Q1/2025	Q1/2026	+/-	
Tüketici Markaları	2.484	2.285	%-8,0	%1,8
Çamaşır ve Ev Bakım	1.550	1.352	%-12,8	%0,1
Saç	792	797	%0,7	%5,1
Diğer Tüketici Ürünleri	142	136	%-4,8	%0,5

Bölgesel açıdan bakıldığında, Avrupa hariç tüm bölgelerde organik satışlardaki gelişim bir önceki yılın seviyesinin üzerinde seyretmiştir. **IMEA** bölgesi, Çamaşır ve Ev Bakım ile Saç iş alanlarındaki çift haneli organik satış büyümesinin etkisiyle, satışlarda çift haneli organik artış kaydetmiştir. Öte yandan **Avrupa**'da Çamaşır ve Ev Bakım iş alanı kaynaklı bir düşüş yaşanırken, Saç iş alanı pozitif gelişme sergilemiştir. **Kuzey Amerika** bölgesi, Saç iş alanındaki çok güçlü satış artışının katkısıyla iyi bir organik satış büyümesi ortaya koymuştur. **Asya-Pasifik** bölgesi, Saç iş alanında satışlardaki çift haneli organik büyümenin etkisiyle çok güçlü bir satış artışı kaydetmiştir. **Latin Amerika** bölgesi, Çamaşır ve Ev Bakım ile Saç iş alanlarının katkısıyla iyi organik satış büyümesi sergilemiştir.

Grubun Net Varlıkları ve Mali Durumu

31 Aralık 2025 ile kıyaslandığında, Grup'un net varlıkları ya da mali durumunda kayda değer bir değişiklik gerçekleşmemiştir.

Henkel Grubu Öngörüleri

Henkel, içinde bulunduğumuz yılda **organik satışlarda** yüzde 1,0 ile 3,0 aralığında **büyüme** beklmeye devam ediyor. Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi için organik satış büyümesinin yüzde 1,0 ile 3,0 arasında gerçekleşmesi öngörülüyor. Tüketici Markaları'nın organik satışlarında ise yüzde 0,5 ile 2,5 arasında bir artış öngörülüyor.

Düzeltilmiş satış kazancının (düzeltilmiş VFÖK marjı) yüzde 14,5 ile yüzde 16,0 aralığında gerçekleşmesi beklentisi sürüyor. Düzeltilmiş satış kazancının Yapıştırıcı Teknolojileri'nde yüzde 16,5 ile 18,0 aralığında, Tüketici Markaları'nda ise yüzde 14,0 ile 15,5 aralığında gerçekleşmesi bekleniyor.

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

Bunun yanı sıra, 2026 mali yılına yönelik beklentiler şunlardır:

- Satın alma / elden çıkarmalar: Nominal satış büyümesinde düşük tek haneli yüzde aralığında pozitif etki (daha önce: nötr ile hafif negatif etki arasında).
- Döviz kurlarına bağlı satışların çevrimi: Düşük seviyede tek haneli yüzde aralığında olumsuz etki.
- Doğrudan malzeme fiyatları: Bir önceki yılın ortalamasına kıyasla yüksek tek haneli yüzde aralığında artış (daha önceki beklenti: düşük tek haneli yüzde aralığında artış)¹.
- 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. 2025 mali yılında Henkel, yaklaşık 20,5 milyar Euro satış ve yaklaşık 3,0 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.

¹ Brüt doğrudan malzeme fiyat gelişimi (alınan karşı tedbirler öncesi).