2026 ÜÇÜNCÜ ÇEYREK FİNANSAL AÇIKLAMA

TEMMUZ - EYLÜL

Güçlü üçüncü çeyrek sonuçları ve güncellenen öngörü, Henkel'in büyüme stratejisinin başarısını ortaya koyuyor

Henkel üçüncü çeyrekte çok güçlü bir satış büyümesi kaydetti

- **Grup düzeyinde satışlar yüzde 11,0 oranında artışla 5,7 milyar Euro'ya yükselirken, organik büyüme yüzde +6,5 olarak gerçekleşti.**
- **Yapıştırıcı Teknolojileri: Fiyatlarda güçlü bir artış ve miktarda pozitif gelişimle yüzde 7,9 oranında kayda değer bir organik satış büyümesi ortaya kondu.**
- **Tüketici Markaları: Fiyat ve miktardaki belirgin pozitif gelişmelerin katkısıyla yüzde 4,8 oranında çok güçlü organik satış büyümesi gerçekleşti.**
- **Tüm bölgelerin katkısıyla organik satış büyümesi sağlandı.**
- **2026'da duyurulan beş satın alma işleminin tamamı başarıyla sonuçlandı:**
  - Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'nde iki yakın iş koluna genişleme gerçekleştirildi.
  - Tüketici Markaları İş Birimi'nde Saç iş alanı güçlendirildi.
- **2026 mali yılı için öngörü güncellendi:**
  - Organik satış büyümesi: Yüzde 3,0 ile 4,0 aralığında (önceki öngörü: yüzde 1,5 ile 3,5 aralığında).
  - Düzeltilmiş satış kazancı: Yaklaşık yüzde 15 (önceki öngörü: yüzde 14,5 ile 16,0 aralığında).
  - İmtiyazlı hisse senedi başına kârlılık (EPS): Sabit kurla orta seviyelerde tek haneli yüzde aralığında artış (önceki öngörü: sabit kurla düşük ila yüksek tek haneli yüzde aralığında artış).

Düsseldorf, 10 Kasım 2026 – Süregelen zorlu piyasa koşullarına karşın Henkel, **2026'nın üçüncü çeyreğinde** çok güçlü bir satış büyümesi kaydederek **Grup genelinde satışlarını** yaklaşık 5,7 milyar Euro olarak gerçekleştirdi. Bu, yüzde 6,5 oranında organik bir büyümeye karşılık geliyor. Büyüme, her iki iş biriminde de fiyat ve miktardaki olumlu gelişmelerden kaynaklandı. Henkel, Ekim ayı sonunda üçüncü çeyreğe ilişkin ön sonuçlarını ve yılın tamamına yönelik güncellenmiş öngörüsünü açıklamış, satış beklentilerini yükseltirken kârlılık öngörüsü aralığını daraltmıştı.

Henkel CEO'su Carsten Knobel görüşlerini, "Her iki iş birimimizin de çok güçlü performansının katkısıyla, organik satış büyümemiz üçüncü çeyrekte belirgin şekilde hızlandı. Fiyat ve miktarda pozitif gelişmeler görmeye devam etmemiz ve miktarın art arda beşinci çeyrekte de artış göstermesi özellikle memnuniyet verici. Üçüncü çeyrekte elde ettiğimiz başarılı sonuçlar hem gücümüzü, hem de büyüme stratejimizi istikrarlı biçimde uyguladığımızı ortaya koyuyor." şeklinde ifade etti.

Knobel sözlerini şöyle sürdürdü: “Aynı zamanda, portföyümüzün stratejik gelişimini net ve tutarlı bir odak doğrultusunda ilerletmeye devam ediyoruz. Bu yıl duyurduğumuz beş satın alma işleminin tamamı başarıyla sonuçlandırıldı. En son satın almalarımızla temel faaliyet alanımızı güçlendiriyor, cazip yeni iş alanlarına açılıyor ve her iki iş birimi için yeni büyüme fırsatları yaratıyoruz: Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi’nde, yüksek performanslı su bazlı özel bantların yanı sıra esnek malzemelere yönelik özel kaplamaları da portföyümüze ekledik. Tüketici Markaları İş Birimi’nde ise, hem Tüketici hem de Profesyonel segmentlerinde, Saç iş alanımızı global ölçekte geliştirdik.

Son dönemde gerçekleştirdiğimiz satın almalar toplamda yaklaşık 1,6 milyar Euro’luk satışı temsil ediyor. Önümüzdeki yıllarda bu satın almaların orta ila yüksek tek haneli yüzde aralığında ortalamanın üzerinde büyüme sağlamasını ve 2030 yılına kadar yıllık yaklaşık 2 milyar Euro satışa ulaşmasını bekliyoruz. Bu, büyüme gündemimizi daha da güçlendirecek.

2026’ya ilişkin güncellenmiş öngörümüzle, sürdürülebilir ve kârlı büyüme sağlama hedefimizi vurguluyoruz. Bir yandan daha güçlü organik satış büyümesi beklerken, bir yandan da özellikle Yapıştırıcı Teknolojileri’nde görülen ham madde maliyetlerindeki yüksek artışı yansıtacak şekilde kâr hedefi aralığını daraltıyoruz."

Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi, üçüncü çeyrekte tüm iş alanlarının katkısıyla kayda değer bir organik satış büyümesi elde etti. **Tüketici Markaları** İş Birimi’nde ise, hem Çamaşır ve Ev Bakım, hem de Saç iş alanlarının katkısıyla çok güçlü bir organik satış büyümesi kaydedildi.

Grup Satış Performansı

Grup satışları 2026’nın üçüncü çeyreğinde çift haneli nominal büyüme kaydederek yüzde 11,0 artışla 5,713 milyar Euro'ya ulaştı. Satın alma ve elden çıkarmaların etkisi, satışlara yüzde 4,4 oranında artış olarak yansıdı. Kurların satışlar üzerinde etkisi nötr oldu. **Organik** olarak (döviz kurları ile satın alma ve elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) satışlar yüzde 6,5 oranında artış gösterdi. Bu büyüme, Grup düzeyinde fiyat ve miktardaki olumlu gelişmelerden kaynaklandı.

2026'nın ilk dokuz ayında satışlar toplam 16,061 milyar Euro'ya ulaştı. Bu ise satışlarda yüzde 3,3 oranında **nominal** artışa karşılık geliyor. **Organik olarak** Henkel, yine hem fiyat hem de miktardaki pozitif gelişmelerin katkısıyla yüzde 4,3 oranında çok güçlü satış büyümesi elde etti.

Üçüncü çeyrekte elde edilen çok güçlü organik satış büyümesine tüm bölgeler katkı sağladı. Organik satışlar **IMEA** bölgesinde çift haneli büyüme gösterirken, **Asya-Pasifik** bölgesinde ise kayda değer oranlarda arttı. **Avrupa**, **Kuzey Amerika** ve **Latin Amerika** bölgelerinde de bir önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla organik satış artışı kaydedildi.

2026’nın ilk dokuz ayında, Henkel’in çok güçlü organik satış büyümesine neredeyse tüm bölgeler katkı sağladı. En güçlü organik satış büyümesi **IMEA** ve **Asya-Pasifik** bölgelerinde gerçekleşti. Buna karşılık **Avrupa**’da, organik satış büyümesinde önceki yılın aynı dönemine kıyasla genel olarak hafif bir düşüş yaşandı.

Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi, **2026'nın üçüncü çeyreğinde** 3,027 milyar Euro tutarında satış gerçekleştirdi. Bu, önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde 11,8 oranında nominal bir artışa karşılık gelmektedir. **Organik** olarak (döviz kurları ile satın alma ve elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) satışlar yüzde 7,9 oranında artış gösterdi. Bu büyüme, öncelikle fiyatlardaki güçlü artışın yanı sıra miktardaki pozitif gelişmelerden kaynaklandı. Kur etkileri de satışlarda yüzde 1,1 oranında bir artışı beraberinde getirdi. Satın almalar ve elden çıkarmaların da yüzde 2,7'lik pozitif bir etkisi görüldü.

2026'nın ilk dokuz ayında, Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi satışları yüzde 5,4 oranındaki **nominal** artışla 8,561 milyar Euro tutarına ulaştı. **Organik olarak** ise Yapıştırıcı Teknolojileri, yüzde 5,7 oranında çok güçlü bir satış büyümesine ulaştı.

Üçüncü çeyrekte Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'nin kayda değer organik satış büyümesinde özellikle Mobilite ve Elektronik ile Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri iş alanları etkili oldu. **Mobilite ve Elektronik** iş alanı, yüzde 12,1 oranında çift haneli organik satış büyümesi kaydetti. Elektronik ve Endüstriyel iş kolları da çift haneli büyüme oranları elde etti. Durgun seyreden piyasa koşullarına karşın, Otomotiv iş kolundaki satışlar genel olarak oldukça güçlü bir gelişim gösterdi. **Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri** iş alanı, her iki iş kolunun katkısıyla yüzde 9,8 oranında organik satış büyümesi gerçekleştirdi. **Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel** iş alanı, Genel İmalat ve Bakım iş kolunun güçlü katkısıyla yüzde 2,1 oranında organik satış büyümesi sağladı. Tüketici ve İnşaat iş kolu genelinde pozitif satış büyümesi kaydedildi.

Bölgesel açıdan bakıldığında, Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi üçüncü çeyrekte **Avrupa**'da güçlü organik satış büyümesi kaydetti. Bu büyümede, Mobilite ve Elektronik iş alanındaki çift haneli organik satış artışı ile Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri iş alanındaki çok güçlü satış artışı etkili oldu. **Kuzey Amerika** bölgesi, tüm iş alanlarının katkısıyla çok güçlü bir organik satış büyümesi sağladı. **IMEA** bölgesinde Yapıştırıcı Teknolojileri her üç iş alanının da çift haneli büyümeyle katkıda bulunduğu çift haneli organik satış artışı elde etti. **Latin Amerika** bölgesi, Mobilite ve Elektronik ile Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri iş alanlarının başı çektiği bir süreçte güçlü organik satış büyümesi yakaladı. **Asya-Pasifik** bölgesi, özellikle Elektronik ve Endüstriyel iş kollarındaki çift haneli artış oranı sayesinde çift haneli organik satış büyümesi kaydetti.

Tüketici Markaları Satış Performansı

Tüketici Markaları İş Birimi'ndeki **satışlar**, **2026'nın üçüncü çeyreğinde,** bir yıllık dönemde **nominal olarak** yüzde 10,1 artarak 2,643 milyar Euro'ya ulaştı. İş birimi **organik olarak** (döviz kurları ile satın alma ve elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) ise satışlarda yüzde 4,8 oranında çok güçlü bir artış sağladı. Bu büyüme, fiyat ve miktardaki olumlu gelişmelerden kaynaklandı. Kurların satışlar üzerindeki etkisi yüzde -1,2 olarak gerçekleşti. Satın alma ve elden çıkarmalar, özellikle son dönemde gerçekleştirilen OLAPLEX ve"Not Your Mother's" satın almalarının etkisiyle, satışlara yüzde 6,4 oranında pozitif katkı sağladı.

2026'nın ilk dokuz ayında Tüketici Markaları İş Birimi'nin **satışları** bir önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde 0,9 oranındaki **nominal** artışla 7,376 milyar Euro olarak gerçekleşti. **Organik olarak** ise, fiyat ve miktardaki pozitif gelişmelerin katkısıyla yüzde 2,8 oranında iyi bir satış büyümesi kaydedildi.

Üçüncü çeyrekte **Çamaşır ve Ev Bakım** iş alanı yüzde 6,0 ile çok güçlü bir organik satış artışı kaydederken Çamaşır Bakım iş kolu genel olarak çok güçlü bir satış performansı sergiledi. Bu performansı, özellikle Kumaş Temizleme kategorisindeki güçlü büyüme ve Kumaş Bakım kategorisindeki kayda değer satış artışı destekledi. Ev Bakım iş kolunda ise, özellikle Elde Bulaşık Yıkama kategorisinin katkısıyla çift haneli organik satış büyümesi kaydedildi.

Saç iş alanı, yüzde 4,0 oranında güçlü organik satış büyümesi ortaya koydu. Tüketici Ürünleri iş kolunda, özellikle Bakım ve Boya kategorilerinin katkısıyla güçlü bir organik satış büyümesi kaydedildi. Profesyonel iş kolu, çok güçlü bir satış büyümesi sağladı.

Diğer Tüketici Ürünleri iş alanında, özellikle Avrupa'da Vücut Bakımı iş kolundaki gelişmelerden kaynaklı olarak organik satışlarda yüzde -1,2'lik bir düşüş görüldü.

Bölgesel açıdan bakıldığında, Tüketici Markaları İş Birimi üçüncü çeyrekte **Avrupa** bölgesinde pozitif organik satış büyümesi kaydetti. Bu bağlamda Çamaşır ve Ev Bakım ile Saç iş alanlarının her ikisi de iyi bir organik satış büyümesi sağladı. **Kuzey Amerika** bölgesi de en başta Saç iş alanının katkısıyla pozitif organik satış büyümesi sergiledi. **IMEA** bölgesi, Çamaşır ve Ev Bakım ile Saç iş alanlarındaki çift haneli büyümenin etkisiyle, satışlarda çift haneli organik artış kaydetti. **Latin Amerika** bölgesi, büyük ölçekte Çamaşır ve Ev Bakım iş alanının katkısıyla çok güçlü organik satış büyümesi sergiledi. Buna karşın, **Asya-Pasifik** bölgesi önceki yılda kaydedilen seviyenin biraz altında kaldı. Saç iş alanı pozitif organik satış büyümesi kaydederken, Çamaşır ve Ev Bakım iş alanının performansı önceki yıl seviyesinin altında gerçekleşti.

Grubun Net Varlıkları ve Mali Durumu

30 Haziran 2026 ile kıyaslandığında, incelenen dönemde Grup'a ait net varlıklarda ya da mali durumda kayda değer bir değişiklik gerçekleşmemiştir.

Henkel Grubu Öngörüleri

29 Ekim 2026'da Henkel, üçüncü çeyrekteki güçlü iş performansı ve yılın geri kalanına ilişkin varsayımlar ışığında, 2026 mali yılına yönelik satış ve kârlılık gelişimi hedeflerini güncellemiştir.

Henkel, bu yıl için Grup genelinde **organik satış büyümesinin** yüzde 3,0 ile 4,0 aralığında olmasını beklemektedir (önceki öngörü: yüzde 1,5 ile 3,5 aralığında). Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi için organik satış büyümesinin yüzde 4,5 ile 5,5 aralığında gerçekleşmesi öngörülüyor (önceki öngörü: yüzde 2,0 ile 4,0 aralığında). Tüketici Markaları İş Birimi için yüzde 1,5 ile 2,5 aralığında bir artış öngörülüyor (önceki öngörü: yüzde 0,5 ile 2,5 aralığında).

Grup düzeyinde **düzeltilmiş satış kazancının** (düzeltilmiş VFÖK marjı) yüzde 15 civarında gerçekleşmesi bekleniyor (önceki öngörü: yüzde 14,5 ile 16,0 aralığında). Düzeltilmiş satış kazancının Yapıştırıcı Teknolojileri'nde yüzde 16,5 civarında, (önceki öngörü: yüzde 16,5 ile 18,0 aralığında) ve Tüketici Markaları'nda yüzde 15 civarında olması bekleniyor (önceki öngörü: yüzde 14,0 ile 15,5 aralığında).

İmtiyazlı hisse başına kârlılık'ta (EPS) sabit kurla orta seviyelerde tek haneli yüzdelik artış bekleniyor (önceki öngörü: sabit kurla düşük ila yüksek tek haneli yüzde aralığında artış).

Bunun yanı sıra, 2026 yılına yönelik beklentiler şunlardır:

- **Satın alma / elden çıkarmalar**: Düşük seviyede tek haneli yüzde aralığında pozitif etki.

- **Döviz kurlarına bağlı satışların çevrimi**: Düşük seviyede tek haneli yüzde aralığında negatif etki.
- **Doğrudan malzeme fiyatları**: Önceki yılın ortalamasına kıyasla yaklaşık yüzde 10 artış[1] (önceki öngörü: önceki yılın ortalamasına kıyasla yüksek tek haneli yüzde oranlarında artış[1]).
- **Yeniden yapılandırma giderleri**: 200 ile 250 milyon Euro aralığında (önceki öngörü: 150 ile 200 milyon Euro aralığında).
- **Taşınmazlar, fabrikalar ve ekipmanlar ile maddi olmayan varlıklar için yapılacak yatırımlardan kaynaklanan nakit çıkışları:** 650 ile 750 milyon Euro aralığında.

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 kârı 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) amacında buluşan yaklaşık 47.000 kişiyi istihdam etmektedir. Daha fazla bilgi için www.henkel.com adresini ziyaret edebilirsiniz.

[1] Brüt fiyat gelişimi (alınan karşı tedbirler öncesi).