Lagebericht für das Geschäftsjahr 2025

I. Allgemeiner Rückblick

Die wirtschaftliche Lage Österreichs blieb auch im Jahr 2025 angespannt, zeigte jedoch erste Signale einer Stabilisierung. Nach zwei Rezessionsjahren (2023 und 2024) verzeichnete die österreichische Wirtschaft 2025 wieder ein leicht positives Wachstum. Gemäß den aktuellen Prognosen der Europäischen Kommission wird das reale BIP im Jahr 2025 um 0,3 % steigen, getragen vor allem durch eine Erholung des privaten Konsums und stabilisierte Unternehmensinvestitionen.

Die Industriesektoren befinden sich weiterhin unter Druck. Hohe Energiepreise, strukturelle Herausforderungen in der europäischen Industrie sowie internationale Handelsspannungen belasten die industrielle Produktion. 2024 hatte ein deutlicher Rückgang der Ausfuhren das Wachstum bereits stark negativ beeinflusst – ein Effekt, der 2025 nur langsam nachließ.

Die Konsument:innen zeigten sich 2025 wieder etwas zuversichtlicher: steigende Realeinkommen und der Abbau der zuvor erhöhten Sparquote führten zu einer Nachfragebelebung, auch wenn die Unsicherheit weiterhin hoch blieb.

Die Inflation bleibt ein zentrales Thema: Laut WIFO liegt die Teuerungsrate im Jahr 2025 bei 3,5 %, bevor ein Rückgang auf 2,4 % im Jahr 2026 erwartet wird. Zu den Treibern gehören weiter hohe Dienstleistungspreise sowie verzögert wirksame Preisanpassungen im öffentlichen Bereich.

Zusammenfassend befindet sich die österreichische Wirtschaft 2025 in einer Übergangsphase: erste Stabilisierungssignale stehen weiterhin bestehenden strukturellen Belastungen gegenüber.

Nach der Fusion der Geschäftsbereiche Laundry & Home Care und Beauty Care unter Henkel Consumer Brands (HCB) im Jahr 2023, nutzten wir 2024 unsere erweiterte Größe zur Umsetzung zweier wichtiger strategischer Initiativen: Das Projekt „One Roof“ umfasste die Verlagerung des Beauty Care Lagers von Tschechien in das bereits bestehende Wasch- und Reinigungsmittel Zentrallager in Wien. Diese Integration ermöglichte den Start des zweiten Projekts „1-1-1“, dass die Abläufe optimiert und Kunden eine einzige Bestellung, Lieferung und Rechnung für beide Teilgeschäfte bietet.

Im Jahr 2024 priorisierte unsere Strategie „Better before Bigger“ Verbesserung der Bruttogewinnmarge als Grundlage für zukünftiges Wachstum. Diese wurde durch die Aufwertung ausgewählter Marken in Kombination mit Preisanpassungen, und Herstellungskosten-Rückgang erreicht.

Im Jahr 2025 haben wir unserer Strategie auf „Better & Bigger“ adaptiert. Das hat zu Konzentration auf nachhaltig hohe Bruttogewinnmarge, aber auch auf Umsatzwachstum geführt.

Das Gesamtumsatzwachstum von +2,1% wurde im Jahr 2025 hauptsächlich durch starke Werbemaßnahmen, Vertragsverlängerung und Business Intensivierung mit Lidl und durch sehr guten Vertragsabschluss mit Hofer mit Zusatzlistungen und on top Aktionen erreicht.

Dank dieser positiven Umsatzdynamik sind die HCB-Marktanteile (MA) im Jahr 2025 um 0,4%p gestiegen. Im Bereich Wasch- und Reinigungsmittel (WPR) war Henkel besonders erfolgreich. Henkel konnte sich die verlorenen MA vom Jahr 2024 vom größten Mitbewerber P&G zurückholen. Henkel verzeichnete in 2025 Marktanteils-Wachstum von +1,3%p und verstärkte die Marktführerschaft auf 39,3%. P&G verlor 1,9%p und erreichte einen MA von 23,1% in WPR. Im Bereich Schönheitspflege (SP) verzeichnete Henkel weitere Verluste von 0,8%p, dennoch behauptete es seine Marktführerschaft mit einem Marktanteil von 27,2 %. Der Hauptgrund für die negative MA-Entwicklung sind Portfoliooptimierungen, die Henkel in den letzten 3 Jahren durchgeführt hat (Auflassung von Natural Box, Poly Color Haarfarbe, Diadem Haarfarbe, Country Colors Haarfarbe, NAE, Glem Vital Styling Produkte, usw.).

Die weitere Verbesserung der Bruttogewinnmarge (+0,4 %p) war maßgeblich auf die positive Preisentwicklung (+0,8%p), vorteilhafte Entwicklung der SKU In/Out verbunden mit Launches/Relaunches (+0,6%p) und auf Ersparnisse bei der Recyclinggebühr (bzw. Umweltabgeben) (+0,4%p) zurückzuführen. Diese Zuwächse wurden vor allem durch höhere Herstellungskosten (-0,9 %p), aber auch durch einen ungünstigeren Produktmix (-0,4%p) und höhere Vernichtungskosten (-0,1%p) reduziert.

Auf Kundenebene verzeichnete Lidl das stärkste Wachstum vom 23% via Roll-over Effekt (Restart des WPR-Geschäftes 06/24 und Schönheitspflege 09/24) und via deutlich höhere Anzahl der Aktionen. Hofer generiert das zweit höchste Wachstum von 17,6% durch Listung von Fewa, Somat und Pril und Aktionsintensivierung (Somat Vorteilspack, Blue Star 6pack, Fewa Big Size, usw.). Positive Umsatzentwicklung von 6 bzw. 7% verzeichnen auch Müller und Metro, die das Promo Business in WPR, aber auch in SP im Jahr 2025 deutlich intensiviert haben. Vor allem das Discounter Wachstum hat die Verluste, die wir bei den 3 größten Kunden (Rewe -0,6%, Spar -0,3% und DM -2,2%) verzeichnet haben, kompensiert. Bei DM wurde das WPR-Sortiment dramatisch reduziert (nach Marke bis zu 30%). Die Umsatzverluste wurden zum Großteil, durch zusätzliche Persil Großpackung Aktionen, erfolgreiche Einführung der neuen Haarfarbe Creme Supreme, von neuer Gliss Linie und von neuen Größen von Gliss und Taft, kompensiert. Bei Spar war Henkel im WPR-Bereich erfolgreich, vor allem mit Persil und Fewa. Im Bereich SP hat Henkel vor allem bei Glem Vital (Lagerreduktion) und Fa (out of stock während der Sommer-Saison wegen Relaunch) verloren. Bei Rewe war das Hauptziel auch im Jahr 2025 die Bruttogewinnmarge weiter zu optimieren.

Der Haarmarkt verzeichnete ein organisches Umsatzwachstum (OSG) von +1,0 %, angetrieben durch weiterhin steigende Marktnachfrage in allen Kategorien: Styling

(+0,5 %, unterstützt durch die Aufwertung von Taft), Coloration (+8,6 %, unterstützt durch Launch der neuen Marke Creme Supreme) und Pflege (-6,3 %, verstärkte Mengen von Gliss konnten die Verluste auf Glem Vital und Syoss nicht kompensieren). GP1% stieg um +0,5 %p, unterstützt durch eine vorteilhafte Entwicklung der Herstellkosten und die Auswirkungen der Nettopreise.

Der Bereich Körperpflege verzeichnete einen Rückgang des Umsatzes um -8,3 %, der durch die Auslistung von einigen Deo und Dusche Produkten bei Bipa und dm, und einen starken Anstieg von kleinen Marken auf dem Markt (‚all others') beeinflusst wurde. Bruttogewinn ist um -3,1 %p gesunken, hauptsächlich aufgrund gestiegener Herstellungskosten und Promo-Anteil.

Waschmittel und Weichspüler verzeichneten ein organisches Umsatzwachstum (OSG) um +1,9 %, dies wurde durch die Stärkung von Persil Großgrößen, erfolgreiche Aufwertung und Mengensteigerung von Fewa und Launch von Silan Wäscheparfums erreicht. Bruttogewinne konnte um +0,9 %p steigen, unterstützt durch vorteilhafte Herstellungskosten von Persil und Anstieg der Nettopreise.

Haushaltspflege verzeichnete OSG von +7,5 %, hauptsächlich aufgrund von Volumengewinnen bei Somat, Pril und Blue Star Toilettenartikeln bei Hofer/Lidl, und verstärkte Umsetzung von Somat Großpackungen. Die Bruttogewinnmarge der Kategorie verbesserte sich um 0,9 %p, begünstigt durch eine vorteilhafte Nettopreisentwicklung der Geschirrspülmarken.

Bei Klebstoff, was das Jahr 2025 insgesamt von einer äußerst anspruchsvollen wirtschaftlichen Gesamtlage geprägt. Besonders im Baustoffhandel – einem zentralen Marktsegment für unsere Marke Ceresit – zeigte sich die schwierige Situation deutlich.

Die Auftragslage im privaten wie im öffentlichen Bereich blieb durchgängig verhalten.

Investitionshemmnisse, verschärfte Finanzierungsbedingungen sowie eine generelle Zurückhaltung am Bau sorgten für ein niedriges und vielfach volatiles Auftragsvolumen.

Zusätzlich trafen strukturelle Veränderungen den Markt spürbar:

- Standortschließungen wie jene der Baustoff Koch-Gruppe
- sowie das Sanierungsverfahren bei Baustoff Quester

führten zu weiteren Verwerfungen im Baustoffhandel und setzten die Branche zusätzlich unter Druck.

Trotz dieses außergewöhnlich herausfordernden Umfelds gelang es uns, die negativen Auswirkungen im Professional-Bereich erfolgreich zu kompensieren.

Haupttreiber dieser Stabilisierung war unsere starke Position im DIY-Baumarktsegment, wo sich unsere Marke Cimsec – entgegen der allgemeinen Marktentwicklung – äußerst positiv entwickelte.

Die robuste Nachfrage im DIY-Bereich, getragen von hoher Markenbekanntheit, Innovationskraft und gezielten Maßnahmen am Point of Sale, ermöglichte es uns, das Geschäftsjahr 2025 auf Vorjahresniveau abzuschließen. Angesichts der widrigen Marktbedingungen ist dies als klare Leistung und ein Beweis für die Resilienz unserer Markenstrategie zu werten.

Das Geschäftsfeld Konsumenten Klebstoffe verzeichnete in einem weiterhin herausfordernden Marktumfeld eine negative organische Umsatzentwicklung. Haupttreiber dieses Rückgangs waren der Discounter Channel sowie die Lagerschließung eines professionellen Kunden, während sich der übrige Teil des professionellen Kanals sehr positiv entwickelte.

Der Unternehmensbereich ACM - General Manufacturing & Maintenance ohne Sonderhoff konnte das volatile und negative Marktumfeld der österreichischen Industrie (Insolvenzen, verzögerte Investitionen, Offshoring, anhaltendes risikoscheues Lagermanagement durch unsere Vertriebspartner) und den Mangel eines Vertriebsmitarbeiters für Westösterreich für den Großteil des Jahres 2025 ausgleichen, hat das Jahr jedoch mit -4,3 % OSG gegenüber 2024 abgeschlossen, aufgrund eines großen Geschäftsverlusts bei Getzner Werkstoffe, getrieben durch Preise. Die Profitabilität wurde um 3,2 Prozentpunkte gesteigert. Der Industrieschwerpunkt der Automatisierung wurde aus dem Vorjahr fortgeführt und diverse Projekte mit Endkunden umgesetzt. Das Topseller-Produkt Loctite 55 feierte 25. Geburtstag, dieser wurde mit dem Installationssegment mittels Thekentagen bei Kern-Vertriebspartnern und der Teilnahme an der Heizung, Lüftung und Klimatisierung Fachtagung gefeiert und an der Markensichtbarkeit gearbeitet. Strategisch war die Ausarbeitung des neuen Industriehandel-Partnerprogrammes im Fokus, welches mit 01.01. 2026 startet. Auf Teamseite verstärken 3 neue KollegInnen das AT-Team nach Pensionierungen und Abgängen.

Der Unternehmensbereich ACM – Vehicle Repair & Maintenance hat das Jahr 2025 mit -7,8% OSG abgeschlossen. Treiber waren vor allem intensiven Preiswettbewerb im Kfz-Reparaturbereich, anhaltende Qualitäts- und Lieferprobleme in bestimmten Fällen, sowie einem größeren Geschäftsverlust durch interne Geschäftsveränderungen bei einem unserer Hauptdistributoren. Die Profitabilität wurde mit +0,2 Prozentpunkten stabil gehalten. Auf Teamseite verstärken 2 neue KollegInnen das AT-Team seit Mitte des Jahres.

Gesamtheitlich reflektiert dies einen Jahresabschluss des ACM-Österreichgeschäfts ohne Sonderhoff von -5,3% OSG und Profitabilitätswerten von +2,8 Prozentpunkten.

Die allgemeine Industrie war 2025 von schwacher Konjunktur, gedämpfter Investitionsbereitschaft und geopolitischen Unsicherheiten geprägt. Hohe Kosten, Handelshemmnisse und eine zurückhaltende Nachfrage belasteten insbesondere exportorientierte Industrien.

- Appliances: Trotz verhaltener Konsumnachfrage blieb der Markt stabil, getragen durch Ersatzbedarf, Energieeffizienzanforderungen und erste Impulse aus Förderprogrammen in einzelnen Regionen.

- Heavy Duty: Deutlich stärker unter Druck. Schwache Auftragseingänge, hohe Materialkosten und Zurückhaltung bei Großinvestitionen dominierten, mit punktuellen Ausnahmen durch staatliche Infrastruktur- und Verteidigungsprojekte.

Die Maschinenbau-Sparte verzeichnete 2025 ein anspruchsvolles Geschäftsjahr, geprägt von einer schwachen Auftragslage zu Jahresbeginn und anhaltenden globalen Unsicherheiten. Der verhaltene Auftragseingang Ende 2024 führte zu einer deutlich reduzierten Auslastung im ersten Quartal. Im ersten Halbjahr belasteten zudem verzögerte Investitionsentscheidungen – verstärkt durch geopolitische Unsicherheiten und diskutierte „Strafzölle“ – die Marktdynamik spürbar.

Trotz des schwierigen Starts konnte im weiteren Jahresverlauf ein deutlicher Aufholprozess erzielt werden. Der Gesamtumsatz erreichte € 14,49 Mio. und war stark vom vierten Quartal getragen. Insbesondere der Dezember (€ 4,06 Mio.) und Oktober (€ 2,24 Mio.) erwiesen sich als umsatzstärkste Monate.

Die durchschnittliche GP1-Marge lag bei 32 %. Diese wurde durch mehrere margenschwache Großprojekte, korrigierende Buchungen sowie erhöhte Stundensätze infolge der niedrigen Auslastung in Q1 belastet. Zusätzlich wurden Intercompany-Maschinen im Wert von € 0,9 Mio. gefertigt, die jedoch nicht im Außenumsatz erscheinen.

Verschiebungen und Stornierungen wirkten sich ebenfalls auf das Ergebnis aus: Drei Maschinen mit einem Volumen von € 0,75 Mio. wurden ins Jahr 2026 verschoben, eine Maschine im Wert von € 0,18 Mio. wurde storniert.

Regional blieb das Geschäft in Westeuropa (€ 5,48 Mio.; 38 %) und Nordamerika (€ 5,31 Mio.; 37 %) dominant – zusammen über 70 % des Jahresvolumens. Weitere Beiträge kamen aus CEE (15 %), IMEA (5 %), APAC (3 %) und Lateinamerika (2 %).

Im Ersatzteilgeschäft verzeichneten wir einen Umsatz von 8,34 Mio. mit einem durchschnittlichen GP1 von 67%.

II. Darstellung der Vermögens- und Ertragslage, sowie Kennzahlenübersicht

	31.12.2025		31.12.2024		Veränderung	
Vermögen	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%
Anlagevermögen						
Immaterielles Anlagevermögen	1	0,0	2	0,0	-1	-50,0
Sachanlagen	3.161	0,4	2.882	0,4	279	9,7
	3.162	0,4	2.884	0,4	278	9,6
Anteile an verbundenen Unternehmen	273.344	36,1	273.344	36,2	0	0,0
Übrige Finanzanlagen	9.512	1,3	12.502	1,7	-2.990	-23,9
	286.018	**37,8**	**288.730**	**38,2**	**-2.712**	**-0,9**
Umlaufvermögen						
Vorräte	7	0,0	9	0,0	-2	-25,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	29.176	3,9	22.871	3,0	6.305	27,6
Finanzforderungen gegenüber verbundenen Unternehmen	429.998	56,8	431.517	57,1	-1.519	-0,4
Andere Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen	9.252	1,2	10.901	1,4	-1.649	-15,1
Flüssige Mittel	13	0,0	10	0,0	3	31,2
Sonstige Vermögensgegenstände	1.691	0,2	580	0,1	1.111	191,6
	470.138	***62,1***	***465.888***	***61,6***	***4.250***	**0,9**
Aktive latente Steuern	1.158	0,2	1.326	0,2	-167	-12,6
	757.314	**100,0**	**755.944**	**100,0**	**1.371**	**0,0**

Der leichte Rückgang der Finanzforderungen gegenüber verbundenen Unternehmen ist im Wesentlichen auf operative Mittelzu- und -abflüsse zurückzuführen. Der leichte Rückgang der sonstigen Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen ist im Wesentlichen auf die Verrechnung der offenen Forderungen gegenüber HCEE Operations im Zusammenhang mit der Sonderhoff-Fusion im Jahr 2019 zurückzuführen.

	31.12.2025		31.12.2024		Veränderung	
Kapital	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%
Eigenmittel						
Stammkapital	4.550	0,6	4.550	0,6	0	0,0
Rücklagen	482.037	63,7	482.037	63,8	0	0,0
Bilanzgewinn	164.777	21,8	146.681	19,4	18.096	12,3
	651.364	**86,0**	**633.268**	**83,8**	**18.096**	**2,9**
Langfristiges Fremdkapital						
Sozialkapital	18.212	2,4	20.031	2,6	-1.818	-9,1
Übrige langfristige Rückstellungen	1.647	0,2	2.571	0,3	-924	-35,9
	19.859	**2,6**	**22.602**	**3,0**	**-2.742**	-12,1
Kurzfristiges Fremdkapital						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	14.087	1,9	15.312	2,0	-1.225	-8,0
Verbindlichkeiten gegen verbundene Unternehmen	21.305	2,8	29.880	4,0	-8.575	-28,7
Übrige Verbindlichkeiten	8.791	1,2	7.357	1,0	1.434	19,5
Steuer- und sonstige Rückstellungen	41.908	5,5	47.525	6,3	-5.617	-11,8
	86.091	**11,4**	**100.074**	**13,2**	**-13.983**	**-14,0**
	757.314	**100,0**	**755.944**	**100,0**	**1.371**	**0,0**

Der Bilanzgewinn für 2025 erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 12,3 %. Diese Veränderung ist im Wesentlichen auf die Erhöhung der Gewinnausschüttung im Jahr 2025 (146 Mio. EUR) gegenüber 2024 (124 Mio. EUR) zurückzuführen. Die Reduzierung des Sozialkapitals ist auf die Inanspruchnahme für Abfertigungen zurückzuführen. Der Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ist darauf zurückzuführen, dass das Vorjahr durch ein erhöhtes Niveau an Marketingaktivitäten geprägt war. Der Rückgang der Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen ist im Wesentlichen auf die Begleichung von Verbindlichkeiten gegenüber HCEE Operations im Zusammenhang mit dem ONE!GSC-Demerge zurückzuführen.

	2025		2024		Veränderung	
Ertragslage	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%
Umsatzerlöse	309.144	100,0	312.946	99,7	-3.802	-1,2
	309.144	100,0	312.946	99,7	-3.802	-1,2
Andere betriebliche Erträge	101	0,0	869	0,3	-768	-88,4
Betriebsleistung	***309.245***	***100,0***	***313.815***	***100,0***	***-4.570***	***-1,5***
Materialaufwand	-176.648	-57,1	-171.531	-54,7	-5.117	3,0
Personalaufwand	-58.425	-18,9	-61.214	-19,5	2.789	-4,6
Planmäßige Abschreibungen auf immaterielle Anlagen und Sachanlagen	-779	-0,3	-806	-0,3	27	-3,4
Betriebliche Steuern	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Übrige betriebliche Aufwendungen	-57.149	-18,5	-60.938	-19,4	3.790	-6,2
Aufwendungen für die Betriebsleistung	***-292.999***	***-94,7***	***-294.489***	***-93,8***	***1.489***	***-0,5***
Ergebnis vor Steuern	**16.246**	**5,3**	**19.326**	**6,2**	**-3.081**	***-15,9***
Ordentliches Finanzergebnis	154.923	50,1	134.879	43,0	20.043	14,9
Ordentliches Unternehmensergebnis	**171.168**	**55,4**	**154.205**	**49,1**	**16.962**	**11,0**
Ertragsteuern	-7.072	-2,3	-8.414	-2,7	1.342	-15,9
Jahresüberschuss	**164.096**	**53,1**	**145.792**	**46,5**	**18.304**	**12,6**
Gewinnvortrag	681	0,2	889	0,3	-208	-23,4
Bilanzgewinn	**164.777**	**53,3**	**146.681**	**46,7**	**18.096**	**12,3**

Wir beobachten eine insgesamt positive Entwicklung im HCB-Geschäft, die sich in Marktanteilsgewinnen und einer verbesserten Bruttomarge widerspiegelt, während das Klebstoffgeschäft im Jahr 2025 weiterhin durch ein herausforderndes Marktumfeld insbesondere im Bau- und Industriesektor belastet war und insgesamt rückläufig blieb. Die Materialkosten entwickelten sich uneinheitlich, wobei Einsparungen bei einzelnen Kostenkomponenten durch gestiegene Herstellungskosten teilweise kompensiert wurden. Hinzu kamen höhere Restrukturierungskosten im Jahr 2025 im Vergleich zu 2024, die im Wesentlichen durch Projekte in der Sub-Business-Unit ACB im Klebstoffbereich verursacht wurden. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind im Jahr 2025 zurückgegangen, was insbesondere auf geringere Marketingaufwendungen sowie niedrigere Weiterberechnungen von Dienstleistungen an verbundene Unternehmen zurückzuführen ist. Da im Jahr 2025 höhere Dividendeneinnahmen (146 Mio. EUR) als im Jahr 2024 (124 Mio. EUR) erzielt wurden, verbesserte sich das Finanzergebnis entsprechend. Die Ertragsteuern sind insgesamt gesunken, was vor allem auf geringere laufende Körperschaftsteueraufwendungen zurückzuführen ist.

Kennzahlenübersicht

Aus der Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung können folgende Kennzahlen abgeleitet werden:

1. Finanzierung und Liquidität

	2025	**2024**
	%	**%**
Anlagendeckung:		
Eigenmittel + langfristiges Fremdkapital / Langfristiges Vermögen	234,7	227,2
Anspannungsgrad:		
Fremdkapital / Eigenmittel	6,8	8,3
Liquidität:		
flüssige Mittel + kurzfristige Forderungen / Kurzfristige Verbindlichkeiten	1.092,8	886,5

2. URG- Kennzahlen

	2025	**2024**
	%	**%**
Eigenmittelquote gemäß § 23 URG		
Eigenkapital / Gesamtkapital	86,0	83,8

3. Betriebliche Kennzahlen

	2025	**2024**
	%	**%**
EBIT-Marge		
Ergebnis vor Zinsen und Steuern / Umsatzerlöse	55,6	49,5

EBITDA-Marge

Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibung / Umsatzerlöse	55,9	49,7

EBT-Marge

Ergebnis vor Steuern / Umsatzerlöse	55,4	49,3

4. CASHFLOW Kennzahlen

Aus dem CASHFLOW können folgende Kennzahlen abgeleitet werden:

	2025 TEUR	2024 TEUR
Netto-Geldfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	1.944	27.374
Netto-Geldfluss aus der Investitionstätigkeit	149.865	67.294
Netto-Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-151.806	-94.636
zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	3	1

Die Veränderung der Forderungen aus Cashpooling wird im Netto-Geldfluss aus der Investitionstätigkeit dargestellt. Aufgrund einer Umgliederung zwischen dem Netto-Geldfluss aus Investitionstätigkeit und dem Netto-Geldfluss aus laufender Geschäftstätigkeit im Geschäftsjahr 2025 wurden auch die Vorjahreszahlen für eine bessere Vergleichbarkeit entsprechen angepasst.

III. Wesentliche Veränderungen bei der HENKEL CENTRAL EASTERN EUROPE GESELLSCHAFT MBH

Akquisitionen und Divestments

Der Buchwertbestand der Anteile an verbundenen Unternehmen beträgt zum 31.12.2025 TEUR 273.344 (Vorjahr TEUR 273.344).

Beteiligungserträge konnten in folgenden Ländern vereinnahmt werden:

Schweiz	14.502	TEUR
Slowakische Republik	14.597	TEUR
Tschechische Republik	9.522	TEUR
Bosnien	4.704	TEUR
Österreich	13.399	TEUR
Polen	44.513	TEUR
Ungarn	14.807	TEUR
Estland	2.650	TEUR
Lettland	7.000	TEUR
Serbien	9.991	TEUR
Bulgarien	1.728	TEUR
Kroatien	5.000	TEUR
Slowenien	4.000	TEUR

IV. Geschäftsentwicklung der Gesellschaft in 2025

Im Jahre 2025 wurden Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 309.144 (VJ: TEUR 312.946) erzielt. Im Jahr 2025 wurde ein Finanzergebnis in Höhe von TEUR 154.923 (VJ: TEUR 134.879) erreicht. Das Ergebnis vor Steuern betrug im Jahre 2025 TEUR 171.168 (VJ: TEUR 154.205) und die Gesellschaft erwirtschaftete einen Jahresüberschuss von TEUR 164.096 (VJ: Jahresüberschuss TEUR 145.792).

V. Forschung und Entwicklung

Die Gesellschaft betreibt Forschung und Entwicklung auf Grundlage der Konzernerkenntnisse. Dafür werden die Forschungsergebnisse des Konzerns vor allem auf die spezifischen Bedürfnisse der österreichischen Produktions- und Marktbedingungen angepasst.

VI. Risikobericht

Auf Basis konzerneinheitlicher Standards beziehen wir systematisch Chancen und Risiken in unsere Planungs- und Entscheidungsprozesse ein und können somit Gefahrenpotentiale frühzeitig minimieren. Grundsätze, Prozesse und Verantwortlichkeiten sind in einer konzernweit gültigen Richtlinie geregelt.

Finanzinstrumente

Aufgrund der internationalen Verflechtungen der Gesellschaft mit dem Henkel Konzern sowie durch die Anbindung an den Henkel-CASHPOOL und der Ertragslage der Gesellschaft ist kein Liquiditätsrisiko vorhanden. Die Verzinsung innerhalb des Cash Pools erfolgt gemäß konzerninternen Richtlinien auf Basis marktüblicher Referenzzinssätze und regelmäßig überprüfter Ratings.

Das Ausfallsrisiko der Kundenforderungen ist zudem unter anderem durch die Einbeziehung der größten Kundenaußenstände in eine Warenforderungsversicherung als gering einzustufen.

Im Rahmen des Henkelkonzerns werden derivative Finanzinstrumente verwendet, um nachhaltige Schwankungen von Rohstoffpreisen, Währungskursen aus Dividendenzahlungen von Tochtergesellschaften und Mitarbeiterprämien aufgrund des schwankenden Henkel Aktienkurses auszugleichen. Derartige Sicherungsgeschäfte wurden durch die Treasury-Abteilung der Konzernmuttergesellschaft, der Henkel AG & Co.KGaA abgewickelt.

Die von Henkel eingeführten Richtlinien lassen die Ausgabe oder das Halten von Finanzinstrumenten zu spekulativen Zwecken nicht zu.

VII. Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Im Jahr 2025 führte Henkel erfolgreich eine Vielzahl an Audits an den Wiener Standorten 1030 Wien sowie dem Zentrallager 1120 Meidling durch:

- 03/25: ISO-Matrix-Zertifizierungsaudit (1030 & 1120)
- 03/25: EMAS-Revalidierungsaudit (1030)
- 10/25: Öko-Business-Zertifizierung (behördliche Zertifizierung) (1030)
- 11/25: Internes ISO- und RSPO-Audit (1030 & 1120)
- 11/25: UFI- & CLP-Audit (1030)
- 01/26: Corporate Audit (1030 & 1120)

Darüber hinaus wurde im Jahr 2025 eine große Anzahl an Schulungen zu folgenden Themen durchgeführt:

- Sicherheit: LOTOTO (Lock Out Tag Out Try Out),
- PSA (Persönliche Schutzausrüstung),
- VEXAT (Verordnung über explosionsfähige Atmosphären),
- Staplertrainings, grundlegende Sicherheitsregeln, Hygiene, Ergonomie, Lärm, CMR-Stoffe (karzinogen, mutagen, reproduktionstoxisch), Enzyme, Reinigung, Leitern sowie elektromagnetische Felder.

Maßgeblich für den weltweiten Erfolg von Henkel sind kreative, agile und kompetente Mitarbeiter:innen. Deshalb ist es Ziel der Personalstrategie, die besten Nachwuchskräfte für uns zu gewinnen, ihnen Perspektiven aufzuzeigen und sie zielgerichtet weiterzuentwickeln. Internationale Trainingsmaßnahmen, ein systematisches Wissensmanagement und der Einsatz innovativer und digitaler Lernangebote sind die Grundlage hierfür und stehen allen Mitarbeitenden zur Verfügung.

Henkel bietet den Mitarbeiter:innen eine breite Palette von innerbetrieblichen Sozialleistungen, die wesentlich zu einer erhöhten Mitarbeiter:innenbindung beitragen. Mit einer acht Wochen vollvergüteten Elternzeit für alle Mitarbeitenden und einem maßgeschneiderten Programm für Karenzrückkehrer:innen setzen wir ein klares Zeichen für mehr Gleichberechtigung in der Kinderbetreuung. Mitarbeitenden, die Pflegearbeit für ihnen nahestehende Personen leisten, stellen wir ein digitales Entlastungsangebot mit virtuellen Beratungsräumen zur Verfügung und unser Employee Assistance Programm unterstützt unsere Mitarbeiter:innen in privaten und beruflichen Fragen.

HENKEL CENTRAL EASTERN EUROPE GESELLSCHAFT MBH ist im Bereich der kaufmännischen Lehrausbildung als „Vorbildlicher Lehrbetrieb“ zertifiziert.

Neue und vermehrte Angebote zur gesteigerten und nachhaltigen Mobilität der Mitarbeiter:innen wurden ebenso verfügbar gemacht wie neue und zukunftsträchtige Formen des „remote workings“. Ein spezieller Fokus auf Diversity, Equity und Inclusion bereichert und stärkt die interkulturellen Teams und ermöglicht eine bestmögliche individuelle Entfaltung aller Talente im Unternehmen. Die Gesellschaft hat keine Zweigniederlassungen.

VIII. Ausblick auf das Geschäftsjahr 2026

Die mittelfristigen Prognosen zeichnen ein vorsichtig optimistisches Bild. Die OeNB erwartet ein reales BIP-Wachstum von 0,8 % im Jahr 2026 und 1,1 % im Jahr 2027. Auch die Europäische Kommission bestätigt diesen Aufwärtstrend mit Wachstumsprognosen von 0,9 % für 2026 und 1,2 % für 2027. Die wichtigsten Einflussfaktoren für 2026 und die Folgejahre sind:

- Konsum & Einkommen: Realeinkommen bleiben gestützt, jedoch fällt das Tariflohnwachstum nach den starken Anpassungen 2023/24 wieder deutlich geringer aus. Die Konsumnachfrage soll 2026 weiter zulegen, unterstützt durch eine langsam sinkende Inflationsrate und eine Normalisierung der Sparquote.

- Inflation: Die Preissteigerungsrate soll laut WIFO auf 2,4 % im Jahr 2026 sinken, getrieben durch das Auslaufen temporärer Energiepreiseffekte und geringere Preissteigerungen bei Industriegütern. Die OeNB geht ebenfalls von einer deutlichen Entspannung aus, wobei administrierte Preise (Gebühren, Tarife) die Inflation 2026 nur geringfügig (+0,2 Prozentpunkte) beeinflussen werden.

- Investitionen & Bauwirtschaft: Unternehmensinvestitionen sollen nach einer Phase der Stagnation ab 2026 wieder dynamischer werden, unterstützt durch steigende Kreditnachfrage und Förderimpulse. Im Wohnbau wird die Talsohle 2025/26 erreicht; ab 2027 wird eine leichte Erholung erwartet.

- Arbeitsmarkt: Die Arbeitslosenquote wird laut Kommission 2025 bei 5,6 % ihren Höchststand erreichen und anschließend leicht auf 5,5 % (2026) und 5,3 % (2027) sinken.

- Budget & Staatshaushalt: Aufgrund der konjunkturellen Erholung und weiterlaufender Konsolidierungsmaßnahmen bleibt das Budgetdefizit zwar über 4 %, soll aber leicht sinken.

Im Jahr 2026 wird Henkel Consumer Brands (HCB) seine Strategie Better & Bigger weiterverfolgen. Wir planen unsere Stärken im WPR und in SP, sowie unsere Innovationen gezielt zu nutzen, um nachhaltiges Wachstum in OSG, aber auch bei der Bruttogewinnmarge zu sichern. Für das Jahr 2026 setzt das Klebstoff Bereich ambitionierte, aber klar fokussierte Ziele, um Wachstum konsequent voranzutreiben.

Stärkung des DIY-Baumarktbereichs mit Cimsec: Als ausgewiesener Marktführer werden wir alles daransetzen, unsere starke Position im DIY-Segment weiter auszubauen. Ein zentraler Wachstumstreiber wird dabei die Einführung unseres neuen Produkts Cimsec Fertigfuge sein, das im 1. Quartal 2026 in den Markt eingeführt wird. Wir erwarten eine deutliche Stärkung unserer Marktpräsenz und eine nachhaltige Erweiterung unseres Sortiments in einem konsumstarken Segment.

Offensive Neukundenakquise im Baustoffhandel für Ceresit: im klassischen Baustoffbereich werden wir unseren Fokus gezielt auf die Gewinnung neuer Kunden

richten. Damit wollen wir in diesem Marktsegment wieder ein solides und nachhaltiges Wachstum etablieren. Besonders die Kategorie Fliesenchemie bietet weiterhin hohes Potenzial, das wir durch klare Vertriebsprioritäten und verbesserte Marktbearbeitung gezielt erschließen werden.

Wachstum im Bereich Wärmedämmverbundsysteme: auch im Bereich Wärmedämmverbundsysteme (WDVS) sehen wir erhebliches, bislang nicht ausgeschöpftes Potenzial. Die steigende Relevanz energieeffizienter Sanierungen bietet uns ideale Voraussetzungen, um diese Produktkategorie weiterzuentwickeln und uns noch stärker im Markt zu positionieren.

Unser klares und übergeordnetes strategisches Ziel lautet: double-digit growth in 2026. Durch fokussierte Innovationsarbeit, konsequente Kundenausrichtung und den Ausbau unserer Markenstärken werden wir alles daransetzen, in beiden Marktsegmenten – DIY und Baustoffhandel – nachhaltiges Wachstum zu erzielen.

Der Fokus für 2026 im Bereich Konsumenten Klebstoffe liegt weiterhin auf profitablem Wachstum. Kundenbindung sowie die Aktivierung der etablierten Marken Pattex und Loctite haben dabei höchste Priorität, zumal Henkel in Österreich erfreulicherweise weiterhin klarer Marktführer ist.

Unser Aktivitätskalender ist gut gefüllt mit innovativen Produkt- und Verpackungskonzepten. Im ersten Halbjahr liegt unser Fokus als nachhaltiger Hersteller insbesondere auf der Innovation plastikfreier Kartuschen im Silikon Segment. Darüber hinaus feiern wir mit unserer Marke Pattex das 70-jährige Jubiläum, das wir mit Fokusprodukten in spezieller Jubiläumsaufmachung sowie einem Gewinnspiel begleiten werden.

Fokus für 2026 in ACM ohne Sonderhoff ist vor allem Volumen (zurück) zu gewinnen, um nachhaltiges Wachstum voranzutreiben und dabei die Profitabilität stabil zu halten - mitunter durch starke Aktivierung der Handelspartner in beiden Geschäftsbereichen. Für GMM ist es Ziel, neben dem Core-Bereich auch ausgewählte Kernsegmenten wie Schienenverkehr, Medizin & Hydrogen weiter auszubauen. Intern sind die Schwerpunkte die Identifikation von Synergien innerhalb der neu geformten DACH-Region sowie die Umstellung auf das neue CRM-System Sales Force.

Für 2026 wird eine moderate wirtschaftliche Stabilisierung erwartet, jedoch ohne starke Wachstumsdynamik.

- Appliances: Leichtes bis moderates Wachstum wahrscheinlich. Treiber sind Replacement-Zyklen, technologische Innovationen (Smart & Energy Efficient Appliances) und regional begrenzte Fördermaßnahmen.

- Heavy Duty: Chancen ergeben sich aus Infrastruktur-, Energie- und Verteidigungsinvestitionen sowie Automatisierung und Effizienzsteigerung. Gleichzeitig bleibt das Umfeld volatil durch Kostenrisiken, Zölle und geopolitische Faktoren.

Gesamtbewertung: die Industrie bewegt sich 2026 in ein Übergangsjahr: Weg von der reinen Schwächephase hin zu vorsichtiger Erholung. Appliances bieten die stabilere Perspektive, während Heavy Duty stärker projekt- und politikgetrieben bleibt. Wettbewerbsfähigkeit wird maßgeblich durch Kostenkontrolle, Innovation und Flexibilität bestimmt.

2026 startet der Maschinenbau in einem weiterhin herausfordernden Marktumfeld. Die Branche bleibt geprägt von niedriger Auslastung, rückläufiger Produktion und anhaltendem Kostendruck. Trotz fehlender konjunktureller Trendwende erwarten wir für unser Geschäft ein gezieltes, strukturell abgesichertes Wachstum. Während der Gesamtmarkt mit Vorsicht agiert, positionieren wir uns für 2026 mit einem klaren Schwerpunkt: stabile Grundauslastung sichern, profitable Projekte realisieren, strukturelle Effizienz steigern. Dies ermöglicht uns, trotz externer Unsicherheiten, eine kontrollierte und wirtschaftlich robuste Entwicklung.

Wien, am 26. Mai 2026

HENKEL CENTRAL EASTERN EUROPE GESELLSCHAFT MBH

Geschäftsführung

Mag. Birgit Rechberger-Krammer