

PRESSEMITTEILUNG

Umsatzhöchstmarke von 3,483 Milliarden Euro

Kärcher hält dagegen

Winnenden, 29. Januar 2026 – Kärcher konnte seinen Umsatz 2025 auf 3,483 Milliarden Euro steigern, was einem Wachstum von 1,1 Prozent oder währungsbereinigt 3,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. In einem anhaltend schwierigen Marktumfeld hat der Reinigungsspezialist weiter in die eigenen Vertriebsstrukturen investiert und so beispielsweise neue Gesellschaften in Portugal und an der Elfenbeinküste gegründet – 86 Prozent des Umsatzes erwirtschaftet das Familienunternehmen aus Winnenden im Ausland. Die Kärcher-Gruppe ist nun mit 170 Firmen in 87 Ländern vertreten und beschäftigt weltweit 17.000 Mitarbeitende.

Im abgeschlossenen Geschäftsjahr hat das Unternehmen viel Gegenwind erfahren: Steigende Handelsbarrieren wie Zölle und lokale Subventionen, hoher Preisdruck vor allem durch chinesische Hersteller, aber auch strukturelle und regulatorische Hürden haben das Wachstum deutlich ausgebremst. Auch der Reinigungsmarkt generell entwickelte sich zuletzt rückläufig, war geprägt von der Kaufzurückhaltung der gewerblichen Kunden und hat lediglich in Teilen des Konsumentensegments einen Anstieg verzeichnet – Kärcher konnte insgesamt besser abschneiden. „2025 war ein sehr ungewöhnliches Jahr, das uns stark gefordert hat“, sagt Hartmut Jenner, Vorsitzender des Vorstands der Alfred Kärcher SE & Co. KG. „Ich habe 2020 früh gesagt, dass wir zehn schwierige Jahre erleben werden. Jetzt ist die erste Halbzeit vorbei und ich bin insgesamt zufrieden damit, wie gut Kärcher sie bewältigt hat.“

Ausbau: Von Anlagen bis Fähigkeiten

Kärcher beabsichtigt, auch in Zukunft seine Vorreiterposition am Markt zu behaupten und hat dafür im letzten Jahr mit 170 Millionen Euro weiter konsequent in die eigene Innovationskraft und den Ausbau von Strukturen investiert. Maßgeblich profitiert haben davon die weltweiten Standorte und ihre Anlagen: Im firmeneigenen Werk im rumänischen Curtea des Arges wurde die Produktions- und Entwicklungsfläche noch einmal um 15.000 Quadratmeter

Pressekontakt

Anouk von Hochmeister
Leiterin Unternehmenskommunikation
Alfred Kärcher SE & Co. KG
Alfred-Kärcher-Str. 28-40
71364 Winnenden

+49 7195 14 2168
anouk.vonhochmeister@karcher.com

KÄRCHER

PRESSEMITTEILUNG

erweitert und die Kapazitäten für Kunststoffverarbeitung ausgebaut; außerdem wurde erstmals eine vollautomatische Anlage zur Fertigung von Staubsaugerbeuteln in Betrieb genommen. Auch das chinesische Werk in Changshu hat eine neue Halle mit Rotationssinter-Anlagen erhalten, um die Fertigungstiefe bei den Bodenreinigungsgeräten zu erhöhen. Die Mitarbeitenden von Kärcher Österreich haben Ende letzten Jahres nach nur sechs Monaten Bauzeit ihren neuen Hauptsitz in Wien bezogen – das Areal umfasst hochmoderne Büros, Verkaufs- und Schulungsräume, Service Center und Lager und wird komplett mit Wärmepumpen beheizt. In Deutschland wurde besonders in die Technologie in den Werken investiert, wie etwa in eine flexible Montageanlage für Heißwasser-Hochdruckreiniger im Werk Bühlertal, deren Bearbeitungstische durch fahrerlose Transportsysteme dargestellt werden.

Neben den Investitionen in Sachanlagen lenkte Kärcher 2025 einen wesentlichen Fokus auf die Weiterentwicklung der Unternehmenskultur und die Aufstellung seiner Belegschaft in der Polykrise. Die gerade ausgerollte nächste langfristige Unternehmensstrategie macht es zur Kernaufgabe, Mitarbeitende in Verantwortung zu bringen und das unternehmerische Denken zu fördern; neuausgerichtete Werte wie Neugier und Mut zahlen direkt auf diese strategischen Ziele ein. Mit der flächendeckenden Einführung der Google-KI Gemini 2024 hat Kärcher sehr früh auch die technische Infrastruktur für ein neues Level an Problemlösekompetenz und effizientem Arbeiten gelegt. Die KI-Herangehensweise an Aufgabenstellungen hat sich über das vergangene Jahr fest in der Belegschaft und den internen Abläufen etabliert – die Nutzungsintensität lag im Dezember bei mehr als einer halben Million Prompts. Die positive Einstellung der Kärcher-Beschäftigten wird auch durch die jüngste Mitarbeitendenbefragung von 2025 belegt, in der 91 Prozent angaben, gern für Kärcher zu arbeiten. „Unsere engagierten Mitarbeiter sind unsere größte Stärke. Wir sind gut aufgestellt und werden das Veränderungstempo hochhalten, um alle Chancen, die vor uns liegen, entschlossen zu nutzen“, sagt Hartmut Jenner.

Ambition: Nachhaltigkeit mit Ziel

Auch in puncto verantwortungsvolles Handeln hat Kärcher einen neuen Fahrplan: Mit der Nachhaltigkeitsstrategie 2030 hat sich das Unternehmen

KÄRCHER

PRESSEMITTEILUNG

ambitionierte und messbare Ziele zum Auf- und Ausbau der Kreislaufwirtschaft und zur weiteren Verringerung des ökologischen Fußabdrucks entlang der globalen Wertschöpfungskette gesetzt – Recycling und Reparierbarkeit werden hierbei eine große Rolle spielen.

In seinem Jubiläumsjahr 2025 intensivierte Kärcher zudem sein gesellschaftliches Engagement in Form von Kultursponsoring: 90 kostenlose Reinigungsprojekte sollten weltweit an öffentlichen Plätzen, in sozialen Einrichtungen und an historischen Bauwerken durchgeführt werden, 124 sind es bis Jahresende geworden. „Wir sind stolz auf unsere 90-jährige Erfolgsgeschichte und haben sie auf unsere Art gefeiert – indem wir mit unserer Technologie und Expertise Wertvolles erhalten und so einen sichtbaren Unterschied machen“, sagt Hartmut Jenner. Im restauratorischen Sinn gereinigt wurden dabei unter anderem Böden des Heidelberger Schlosses, die vergoldete Statue der Siegesgöttin des Bronx Victory Memorials in New York und Teile des weltgrößten Kirchengebäudes Notre-Dame de la Paix an der Elfenbeinküste.

Soziale Verantwortung lebt Kärcher auch durch langjährige, erfolgreiche Partnerschaften. Die Zusammenarbeit mit der internationalen Umweltstiftung Global Nature Fund feierte im letzten Jahr ihr 25-jähriges Jubiläum. Die gemeinsame Initiative „Clean Water for the World“ hat im Globalen Süden durch den Bau von mittlerweile 35 Pflanzenklär- und Trinkwasseranlagen die sanitäre Situation von über 500.000 Menschen verbessert und damit ihre Versorgung mit sauberem Wasser gesichert. An den jährlichen „Kärcher Cleanup Days“ haben sich die Mitarbeitenden ein weiteres Mal für die Umwelt engagiert: 17 Tonnen Abfall haben Teams aus 20 Ländern 2025 aus Parks, Stränden, Flüssen und Wäldern gesammelt.

Ausblick: Neue Lösungen 2026

Kärchers breites Portfolio von über 3.000 Produkten rund um Reinigung und Pflege wurde im vergangenen Jahr mit 150 neuen Preisen ausgezeichnet, der Großteil davon für technische Innovation, Design oder Marketing der Produkte. Dass sich Kärcher darüber hinaus als Synonym für „Reinigung“ etabliert hat, bestätigte kürzlich das renommierte Markenranking Kantar BrandZ. Für

The Kärcher logo, consisting of the word "KÄRCHER" in a bold, black, sans-serif font, with a yellow horizontal bar underneath.

PRESSEMITTEILUNG

Hartmut Jenner steht das Ziel 2026 fest: „Wir wollen das Leben unserer Kunden einfacher machen, indem wir ihnen die beste Reinigungslösung bieten. Selbst für Herausforderungen, die sie noch gar nicht sehen“, sagt Hartmut Jenner.

Folgende Produktneuheiten schickt Kärcher dieses Jahr ins Rennen um die Gunst der Profikunden: Der wendige K-Mop 46 wird die erste Wahl in Sachen Bodenreinigung auf stark verstellten Flächen – die aufrecht designte, handgeführte Scheuersaugmaschine reduziert den Kraftaufwand für den Anwender deutlich. Mit gleich mehreren digitalen Tools bringt das Unternehmen außerdem frischen Wind in den Bereich Fahrzeugwäsche: Die benutzerfreundliche Bezahl-App Pay&Wash wie auch das intuitive System K!Control SB vereinfachen Bedienern das Zahlen und Starten an SB- und Portalwaschanlagen; mit dem Anlagenmanagement-System K!Connect behält der Betreiber alle Vorgänge im Überblick. Für großflächiges Arbeiten mit professionellen Hochdruckreinigern kommt die Erfolgsdüse eco!Booster in einer MAX-Version, die Energie, Wasser und Zeit einspart. Neu unter den Reinigungsmitteln befindet sich auch ein Graffiti-Entferner für empfindliche Oberflächen wie Acrylglas, Kunststoff, Holz, Metall und Glas. Zusätzlich wird die autonome Bodenreinigungsmaschine KIRA B 200 weiter im Fokus stehen – mit großer Flächenleistung und ihrer Fähigkeit, mit anderen Robotern zu interagieren, ist sie selbst für die Reinigung in hochautomatisierten Umgebungen bestens geeignet.

Privatkunden dürfen sich auf neue Premium-Hochdruckreiniger freuen: Die Comfort-Range überzeugt mit einem durchdachten Gerätedesign, neuem Zubehör und verbesserten Basisfunktionen, die den Aufbau, Transport und die Zubehöraufbewahrung vereinfachen. Darüber hinaus gehört dank den neuen Fensterreinigungsrobotern RCW 2 und RCW 4 die mühsame und zeitaufwendige Reinigung großer und schwer erreichbarer Glasflächen der Vergangenheit an. Der SCV 4 Steam Vac ist eine schnelle 3-in-1-Lösung für eine Vielzahl von Bodenbelägen – die rotierenden Walzen werden mit Dampf befeuchtet und kommen ohne Zusatz von Reinigungsmitteln aus. Neu auf den Markt kommen in diesem Jahr außerdem eine überarbeitete Reihe an Akku-Fenstersaugern und eine leistungsstarke Serie an Nass-/Trockensaugern.

KÄRCHER

PRESSEMITTEILUNG

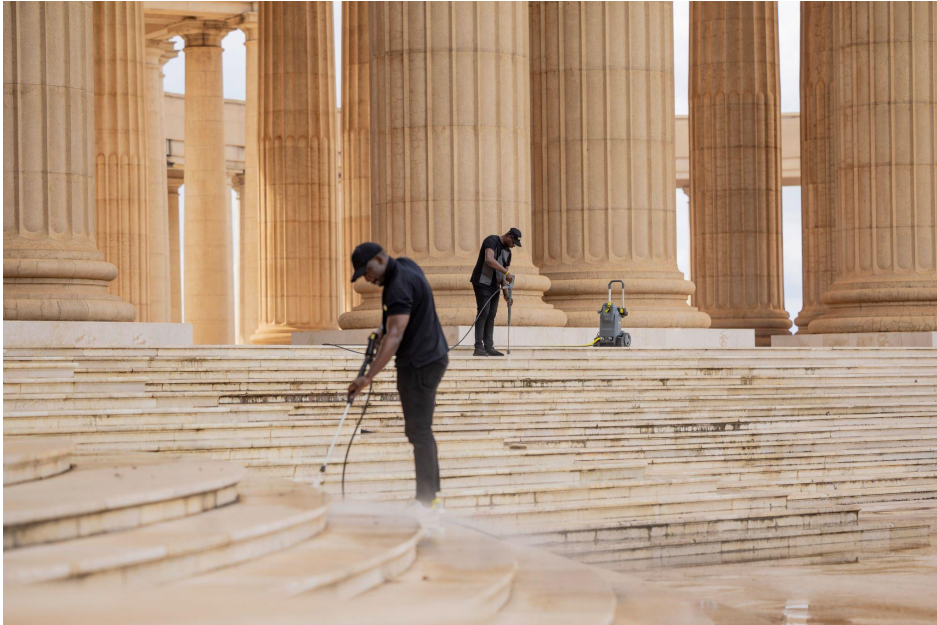


Hartmut Jenner, Vorsitzender des Vorstands der Alfred Kärcher SE & Co. KG.



Nach nur sechs Monaten bezugsbereit: Das neue Headquarter von Kärcher Österreich in Wien.

PRESSEMITTEILUNG



In Yamoussoukro an der Elfenbeinküste wurde das weltgrößte Kirchengebäude Notre-Dame de la Paix gereinigt.



Die aufrecht designte, handgeführte Scheuersaugmaschine K-Mop 46 von Kärcher ist so wendig wie ein Wischmopp.

KÄRCHER

PRESSEMITTEILUNG



Kärcher setzt mit der neuen Comfort-Range neue Maßstäbe für Innovation und Benutzerfreundlichkeit im Premiumsegment der Hochdruckreiniger.

KÄRCHER