4. marec 2024

Zrýchlenie implementácie strategickej agendy rastu v náročnom trhovom prostredí

Spoločnosť Henkel dosiahla v roku 2023 výrazný organický rast obratu a zlepšenie výnosov

* **Silné hospodárske výsledky za rok 2023**
  + **Obrat: 21,5 miliardy eur, veľmi silný organický rast na úrovni 4,2 percenta**
  + **Prevádzkový zisk (EBIT)\*: 2,6 miliardy eur, výrazný nárast o 10,2 percenta**
  + **Marža EBIT\*: 11,9 percenta, zlepšenie až o 150 bázických bodov**
  + **Výrazné vyšší výnos na prioritnú akciu (EPS)\*: 4,35 eura,   
    +20,0 percent pri konštantných kurzových sadzbách**
  + **Voľný cash flow na novej rekordnej úrovni 2,6 miliardy eur**
* **Stabilné dividendy: 1,85 eura na prioritnú akciu**
* **Ďalšie zrýchlenie implementácie agendy zmysluplného rastu**
  + **Consumer Brands: Zlúčenie napreduje rýchlejšie, než bolo plánované**
  + **Adhesive Technologies: Nová organizačná štruktúra s väčším zameraním na zákazníka**
  + **Obidve obchodné divízie sa posilnili vďaka cieleným akvizíciám**
  + **Ďalšie posilnenie trvalej udržateľnosti v kľúčových oblastiach**
* **Výhľad na finančný rok 2024 – s dôrazom na rast ziskovosti**
  + **Organický rast obratu: 2,0 až 4,0 %**
  + **Marža EBIT\*: 12,0 až 13,5 %**
  + **Výnos na prioritnú akciu (EPS)\*: zvýšenie o 5 až 20 %   
    (pri konštantných kurzových sadzbách)**

**Düsseldorf – *„Napriek dlhodobo náročnému trhovému prostrediu sa nám v roku 2023 darilo dôsledne napredovať, a dokonca zrýchliť implementáciu našej stratégie rastu. Dosiahli sme veľmi silný nárast organického obratu a výrazne zvýšili svoju ziskovosť. Tým sa nám podarilo prekročiť výhľad, ktorý sme predstavili na začiatku roka. K úspešnému vývoju prispeli obidve obchodné divízie, Adhesive Technologies aj Consumer Brands,“* povedal predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Carsten Knobel.**

\* Upravené o jednorazové výdavky a príjmy a náklady na reštrukturalizáciu.

***„Zároveň sme oproti pôvodným plánom urýchlili zlúčenie našich dvoch bývalých spotrebiteľských divízií, Laundry & Home Care a Beauty Care, ktorého výsledkom je nová obchodná divízia Consumer Brands. K silným obchodným výsledkom tejto obchodnej divízie prispeli aj úspory z integrácie a pokračujúce portfóliové opatrenia. Pod novým vedením sme ešte viac prispôsobili organizačnú štruktúru divízie Adhesive Technologies tak, aby lepšie napĺňala potreby našich zákazníkov. Zvýšili sme organický obrat a výrazne zlepšili výnosnosť v celkovo volatilnom priemyselnom prostredí. Okrem toho sme cielenými akvizíciami ďalej posilnili postavenie obidvoch obchodných divízií. Na základe dosiahnutých výsledkov a v súlade našou dividendovou politikou navrhneme na výročnom valnom zhromaždení vyplatenie stabilných dividend našim akcionárom.“***

***„Rád by som sa úprimne poďakoval všetkým zamestnancom spoločnosti Henkel za ich tímovú prácu a odhodlanie, ktoré nám umožnili previesť našu spoločnosť týmto náročným obdobím. Spoločne so silným globálnym tímom sa nám podarilo napredovať v úspešnej realizácii našej agendy zmysluplného rastu, dosiahnuť hmatateľný pokrok v plnení všetkých strategických priorít a ďalej rozvíjať naše podnikanie. Napĺňa ma to hrdosťou a pevnou dôverou v našu budúcnosť.“***

**Obrat a výnosy na úrovni skupiny za finančný rok 2023**

**Obrat** skupiny Henkel Group za finančný rok 2023 dosiahol úroveň 21 514 miliónov eur, čo v nominálnom vyjadrení predstavuje medziročný pokles o 3,9 %. Negatívny príspevok kurzových vplyvov k vývoju obratu predstavoval 4,3 %. Akvizície/odpredaje mali na obrat negatívny vplyv vo výške 3,9 %, predovšetkým z dôvodu odpredaja podnikateľských a obchodných činností v Ruskej federácii. Zaznamenali sme veľmi silný **organický rast obratu** na úrovni 4,2 %. K uvedenému vývoju prispelo zvýšenie cien v hornej časti jednociferného percentuálneho pásma, zatiaľ čo objem predaja klesol. V druhom polroku však došlo k jasnému postupnému zlepšovaniu aj z pohľadu objemu predaja.

Obchodná divízia **Adhesive Technologies** zaznamenala výrazný organicky rast obratu vo výške 3,2 %, ktorého hlavným zdrojom boli segmenty mobility a elektroniky a výrobkov pre remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov. Na veľmi silnom organickom raste obratu divízie **Consumer Brands** vo výške 6,1 % mali výrazný podiel predovšetkým segmenty pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť a vlasovej kozmetiky.

**Upravený prevádzkový zisk** (upravený EBIT) sa výrazne zvýšil o 10,2 % na 2 556 mil. eur (predchádzajúci rok: 2 319 mil. eur). Pozitívny vývoj predajných cien, pokračujúca implementácia opatrení na znižovanie nákladov a zvyšovanie efektívnosti výroby a dodávateľského reťazca spoločne s opatreniami zameranými na optimalizáciu produktového portfólia viac než kompenzovali negatívny vplyv pretrvávajúcich vysokých cien vstupných materiálov a logistiky na ziskovosť celej skupiny.

**Upravená výnosnosť predaja** (upravená marža EBIT) na úrovni 11,9 % bola vo finančnom roku 2023 medziročne výrazne vyššia (2022: 10,4 %).

**Upravený výnos na prioritnú akciu** sa tiež výrazne zvýšil, o 11,5 %, na hodnotu 4,35 eura (predchádzajúci rok: 3,90 eura). Pri konštantných kurzových sadzbách predstavovalo zvýšenie upraveného výnosu na prioritnú akciu 20,0 %.

Pomer **čistého prevádzkového kapitálu** k obratu dosiahol 2,6 %, čo je výrazne nižšie ako v predchádzajúcom roku (2022: 4,5 %), predovšetkým v dôsledku nižších skladových zásob.

**Voľný cash flow** dosiahol novú rekordnú úroveň 2 603 mil. eur, čo predstavuje výrazné zvýšenie v porovnaní s predchádzajúcim rokom (2022: 653 mil. eur). Dôvodom bol podstatne vyšší cash flow z prevádzkových činností, ktorého zdrojom boli vyšší prevádzkový zisk a nižší čistý prevádzkový kapitál.

Výsledkom je zásadné zlepšenie **čistej finančnej pozície** na hodnotu 12 mil. eur (k 31. decembru 2022: -1 267 mil. eur).

Predstavenstvo, dozorná rada a výbor akcionárov predložia výročnému valnému zhromaždeniu, ktoré sa bude konať 22. apríla 2024, návrh na vyplatenie **dividend** v rovnakej výške ako v predchádzajúcom roku, konkrétne vo výške 1,85 eura na prioritnú akciu a 1,83 eura na kmeňovú akciu. Podiel vyplácaných dividend teda predstavuje 42,4 %, čo je mierne nad cieľovým rozpätím 30-40 %. Výplata dividend v uvedenej výške je možná vďaka silnej finančnej základni a pozitívnemu vývoju čistej finančnej pozície skupiny Henkel Group, čím je zároveň zabezpečená kontinuita vyplácania dividend akcionárom.

**Výsledky obchodných divízií za finančný rok 2023**

**Obrat** obchodnej divízie **Adhesive Technologies** za finančný rok 2023 dosiahol 10 790 mil. eur a v nominálnom vyjadrení zaostal o 4,0 % za úrovňou predchádzajúceho roka, najmä z dôvodu negatívnych kurzových vplyvov. **Organicky** sa však obrat zvýšil o 3,2 %. Uvedený rast obratu bol spôsobný predovšetkým výrazným nárastom cien v porovnaní s predchádzajúcim rokom. Objem predaja sa celkovo znížil hlavne z dôvodu pretrvávajúceho útlmu dopytu na niektorých kľúčových koncových trhoch. V priebehu roka sa však aj v tejto oblasti začalo prejavovať postupné oživenie a vo štvrtom štvrťroku sa objem predaja stabilizoval. **Upravený prevádzkový zisk** vo výške 1 584 mil. eur bol mierne vyšší než jeho úroveň v predchádzajúcom roku. **Upravená výnosnosť predaja** sa v porovnaní s predchádzajúcim rokom zlepšila o 110 bázických bodov a dosiahla úroveň 14,7 %. Výrazné zvýšenie marže bolo spôsobené predovšetkým vyššími cenami produktov v kombinácii s opatreniami na zníženie nákladov a zvýšenie efektívnosti, ktorých cieľom bolo kompenzovať trvalo zvýšené ceny vstupných surovín.

**Obrat** obchodnej divízie **Consumer Brands** dosiahol vo finančnom roku 2023 celkovú výšku 10 565 mil. eur a v nominálnom vyjadrení sa medziročne znížil o 3,3 %. Kurzový vývoj mal na obrat negatívny vplyv na úrovni 4,4 %. Aj akvizície/odpredaje mali na obrat negatívny vplyv, a to vo výške 5,1 %, predovšetkým z dôvodu odpredaja podnikateľských a obchodných činností v Ruskej federácii. **Organicky** sa však obrat zvýšil o 6,1 %. K uvedenému rastu obratu prispelo dvojciferné zvýšenie cien, zatiaľ čo objem predaja klesol čiastočne aj z dôvodu pokračujúcich opatrení na optimalizáciu portfólia. V druhom polroku však došlo k jasnému postupnému výraznému zlepšovaniu aj z pohľadu objemu predaja. **Upravený prevádzkový zisk** dosiahol hodnotu 1 115 mil. eur a v porovnaní s predchádzajúcim rokom sa medziročne výrazne zlepšil (2022: 910 mil. eur). K tomu zlepšeniu prispeli vyššie predajné ceny, ktorých cieľom bolo kompenzovať vysoké ceny priamych materiálových vstupov, pokračujúce opatrenia na zníženie nákladov a zvýšenie efektívnosti výrobného a dodávateľského reťazca, úspory dosiahnuté integráciou obchodnej divízie Consumer Brands a pokračujúca optimalizácia portfólia. Zároveň došlo k medziročnému zvýšeniu výdavkov na investície do marketingu a reklamy zamerané na posilnenie značiek a obchodných činností. Aj napriek chýbajúcim výnosom z obchodných a podnikateľských aktivít v Rusku, ku ktorých odpredaju došlo v apríli 2023, **upravená výnosnosť predaja** sa medziročne zvýšila o 220 bázických bodov a dosiahla úroveň 10,6 %.

**Výhľad na rok 2024**

V roku 2024 sa očakáva mierny rast svetovej hospodárskej produkcie. Výsledkom by malo byť aj mierne zvýšenie dopytu na priemyselných a spotrebiteľských trhoch v kľúčových segmentoch spotrebného tovaru spoločnosti Henkel. Podľa aktuálnych odhadov by celosvetová inflácia mala byť v roku 2024 nižšia než v predchádzajúcom roku, hoci celkovo ostane na vysokej úrovni. Okrem toho aj úrokové sadzby pravdepodobne ostanú výrazne vyššie než v predchádzajúcich rokoch.

Spoločnosť Henkel očakáva, že negatívny vplyv kurzových sadzieb na obrat sa bude pohybovať v strede jednociferného percentuálneho pásma. Ceny priamych materiálových vstupov by sa v porovnaní s ich priemerom roka 2023 nemali meniť.

Na základe týchto predpokladov spoločnosť Henkel očakáva, že sa jej vo finančnom roku 2024 podarí vygenerovať **organický rast obratu** v rozsahu 2,0 až 4,0 %, pričom rast v tomto rozpätí by mali dosiahnuť obidve obchodné divízie. Očakávaná **upravená výnosnosť predaja (upravená marža EBIT)** sa pohybuje v rozsahu 12,0 až 13,5 %. V prípade divízie Adhesive Technologies by sa upravená výnosnosť predaja mala pohybovať medzi 15,0 až 16,5 %, pri divízii Consumer Brands by to malo byť 11,0 až 12,5 %. V prípade **upravených výnosov na prioritnú akciu** **(EPS)** pri konštantných kurzových sadzbách spoločnosť Henkel očakáva ich zvýšenie v rozpätí od 5,0 do 20,0 %.

**Výrazný pokrok v rámci všetkých strategických priorít**

V uplynulom finančnom roku sa spoločnosti darilo konzistentne rozvíjať svoje podnikanie aj napriek náročným makroekonomickým a geopolitickými podmienkam. Strategický rámec na dosiahnutie zmysluplného rastu sa darilo realizovať ešte rýchlejším tempom. Spoločnosť Henkel prešla za ostatné štyri roky zásadnou transformáciou v mnohých oblastiach vrátane svojej štruktúry, tímu a firemnej kultúry. Uvedené zmeny priniesli hmatateľné výsledky. Na vývoj v minulom roku mali osobitne výrazný vplyv tri konkrétne veľké projekty, ktoré boli úspešne realizované a zásadne posunuli transformáciu spoločnosti Henkel vpred.

***Odpredaj podnikateľských aktivít v Rusku***

V apríli 2022, len niekoľko týždňov po ruskom útoku na Ukrajinu, spoločnosť Henkel prijala rozhodnutie ukončiť svoje aktivity v Ruskej federácii. Následne sa začal veľmi komplikovaný proces odpredaja ruských aktív, ktorý sa spoločnosti podarilo úspešne dokončiť v apríli 2023, keď svoje podnikateľské aktivity v Rusku predala konzorciu miestnych finančných investorov. Dohodnutá kúpna cena dosiahla približne 600 miliónov eur.

***Consumer Brands: Zlúčenie pokračuje rýchlejšie, než bolo plánované***

Zlúčením dvoch bývalých spotrebiteľských divízií, Laundry & Home Care a Beauty Care, do novej obchodnej divízie Consumer Brands spoločnosť Henkel zjednotila pod jednu strechu všetky svoje spotrebiteľské produkty v rámci všetkých kategórií, a to vrátane takých ikonických značiek ako Persil a Schwarzkopf, ako aj svoje úspešné značky profesionálnej vlasovej kozmetiky. Tým sa jej podarilo vybudovať multiproduktovú platformu s perspektívou ďalšieho dynamického rastu. Nová obchodná divízia začala fungovať v januári 2023.

Nové organizačné usporiadanie už prináša prvé úspechy: Od jej vzniku sa divízii Consumer Brands darí plniť, či dokonca prekračovať svoje kľúčové ukazovatele a finančné ciele, napríklad v podobe výrazného organického rastu a návratu k dvojcifernej upravenej marži EBIT. Integrácia zároveň napreduje podstatne rýchlejším tempom, než sa pôvodne plánovalo, čo sa odzrkadľuje aj na úsporách nákladov, ktoré sa podarilo dosiahnuť v roku 2023. Z plánovaného cieľa vo výške približne 250 miliónov eur, ktorý sa mal dosiahnuť do konca roka 2024, sa už koncom roka 2023 podarilo dosiahnuť úspory v objeme 200 miliónov eur. Zároveň došlo k navýšeniu celkovej cieľovej hodnoty úspor z fázy 1 na 275 miliónov eur.

Začala sa už aj druhá fáza integračného procesu, ktorá sa zameriava na optimalizáciu dodávateľskej siete obchodnej divízie Consumer Brands. V prvých štátoch už bol okrem toho zavedený aj tzv. princíp 1-1-1, teda jedna objednávka, jedna dodávka, jedna faktúra. V roku 2023 dosiahli úspory z realizácie druhej fázy integrácie už približne 80 miliónov eur. Navýšila sa aj očakávaná celková hodnota úspor z fázy 2 z minimálne 150 miliónov eur na približne 250 miliónov eur. V dôsledku toho dôjde aj k zvýšeniu celkových očakávaných úspor z obidvoch fáz integračného procesu, ktoré by sa mali v plnom rozsahu prejaviť do konca roka 2026, zo 400 miliónov na 525 miliónov eur.

Spoločnosť Henkel zároveň investuje do posilňovania svojich značiek a inovácií, napríklad v podobe výrazného zvýšenia investícií do marketingu a podpory predaja, ktoré by mali byť zdrojom budúceho rastu a ďalšieho zvyšovania ziskovosti tejto obchodnej divízie.

***Ďalší rozvoj obchodnej divízie Adhesive Technologies***

S cieľom lepšie využívať výhody vedúcej pozície na svetových trhoch a posunúť jej podnikateľské aktivity na vyššiu úroveň spoločnosť Henkel urobila vo finančnom roku 2023 niekoľko zmien vo vrcholovom manažmente divízie Adhesive Technologies, ktorými podporila rozmanitosť a posilnila medzinárodný charakter manažérskeho tímu. Zároveň došlo k optimalizácii organizačného nastavenia s cieľom ešte viac sa priblížiť k zákazníkom a trhom. Nová organizačná štruktúra zahŕňa tri oblasti podnikania: mobilita a elektronický priemysel, obaly a spotrebný tovar a výrobky pre remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov. Nová štruktúra bola zavedená v priebehu roka 2023 a je v plnom rozsahu zachytená už aj vo finančných výkazoch spoločnosti.

**Ďalší progres v rámci všetkých strategických prioritných oblastí**

Spoločnosť Henkel pokračovala v uplynulom finančnom roku v systematickej implementácii svojej stratégie rastu a zaznamenala významný pokrok vo všetkých jej oblastiach. Spoločnosť ďalej rozvíjala svoje podnikateľské aktivity a portfólio značiek, zvýšila svoju konkurencieschopnosť v oblasti inovácií, trvalej udržateľnosti a digitalizácie, optimalizovala svoje prevádzkové modely a posilnila firemnú kultúru.

V rámci **aktívneho riadenia svojho portfólia** a navyše k ukončeniu či odpredaju niektorých podnikateľských činností spoločnosť Henkel pokračovala v posilňovaní svojho portfólia prostredníctvom akvizícií. V rámci divízie Consumer Brands spoločnosť Henkel od oznámenia zlúčenia dvoch spotrebiteľských divízií začiatkom roka 2022 predala alebo ukončila výrobu značiek, ktoré celkovo predstavujú obrat v objeme približne 650 miliónov eur. Súčasťou týchto zmien produktového portfólia v roku 2023 bol napríklad odpredaj severoamerickej výroby osviežovačov vzduchu, a naopak, akvizícia novozélandskej značky udržateľných pracích a čistiacich prostriedkov Earthwise. V rámci divízie Adhesive Technologies spoločnosť Henkel rozšírila svoje portfólio produktov pre údržbu, opravy a rekonštrukcie akvizíciou spoločnosti Critica Infrastructure, ktorá sa špecializuje na inovatívne kompozitné riešenia so širokým uplatnením v rôznych priemyselných odvetviach. Uvedenou transakciou sa spoločnosti podarilo obohatiť svoje portfólio spájacích a lepiacich produktov o atraktívny doplnkový trh a vytvoriť platformu pre ďalší rast do budúcnosti. Posilňovanie obidvoch obchodných divízií prostredníctvom cielených akvizícií pokračovalo aj začiatkom roka 2024, keď spoločnosť prevzala značku vlasovej kozmetiky Vidal Sassoon na čínskom trhu a spoločnosť Seal for Life, ktorá pôsobí v oblasti priemyselnej údržby a opráv.

V roku 2023 spoločnosť Henkel uviedla na trh množstvo **inovácií**, ktoré reagujú na dôležité trhové trendy a prinášajú pridanú hodnotou zákazníkom aj spotrebiteľom. Divízia Adhesive Technologies predstavila nové riešenie pre spoje kamerových šošoviek používaných v asistenčných systémoch v automobiloch, ktoré umožňuje rýchlejšiu a masívnejšiu výrobu kamerových systémov pre automobilový priemysel a zároveň zvyšuje bezpečnosť autonómnych vozidiel novej generácie. Obchodná divízia Consumer Brands predstavila na viac než 30 trhoch nový prací prostriedok Persil Deep Clean s novým zložením, ktoré využíva inovatívnu technológiu založenú na enzýmoch. Inovované zloženie prináša perfektné účinky pri odstraňovaní škvŕn a zároveň zabraňuje vzniku nepríjemného zápachu v práčke. Spoločnosť Henkel tiež reštartovala celé portfólio stylingových produktov značky Got2b s úplne novým dizajnom a lepšou udržateľnosťou vďaka vegánskym receptúram, prírodným zložkám a ekologickejším obalovým materiálom.

Spoločnosť Henkel pokračovala aj v ďalšom upevňovaní princípov **trvalej udržateľnosti** vo svojom podnikaní. V tejto súvislosti je ochrana klímy jedným z dôležitých pilierov stratégie trvalej udržateľnosti spoločnosti Henkel pod názvom „*2030+ Sustainability Ambition Framework*“, ktorej uplatňovanie spoločnosť naďalej prehlbuje v rámci celého hodnotového reťazca svojho podnikania. Osobitný dôraz kladie na zvýšené využívanie obnoviteľných zdrojov energie s cieľom priblížiť sa k naplneniu svojho ambiciózneho cieľa dosiahnuť do roku 2030 klimatickú neutralitu svojich prevádzok, kde sa jej v uplynulom roku podarilo urobiť významný pokrok. V roku 2023 spoločnosť prešla na uhlíkovo neutrálnu výrobu v 14 prevádzkach a do konca roka sa jej podarilo znížiť emisie CO2 o 61 percent na tonu výroby v porovnaní s východiskovým rokom 2010. V rámci aktivít na zvýšenie trvalej udržateľnosti sa spoločnosť zameriava aj na lepšiu udržateľnosť svojho produktového portfólia, napríklad v podobe zvýšeného využívania obnoviteľných a recyklovaných surovín a materiálov a systematickejším sledovaním pokroku, ktorý sa jej v tejto oblasti podarilo dosiahnuť.

Spoločnosť dosiahla významný pokrok aj v oblasti **digitalizácie**. V rámci digitálnej divízie *„Henkel dx“* spoločnosť pokračovala v optimalizácii jej interných štruktúr, posilnila rozvoj odborných digitálnych zručností a naďalej presadzovala kultúru inovácií. Spoločnosť takisto prehĺbila strategickú partnerskú spoluprácu s poprednými svetovými digitálnymi technologickými spoločnosťami ako SAP, Microsoft a Adobe, ktorá jej umožňuje integrovať špičkové technológie do jej digitálnych platforiem a projektov. Zrýchlením zavádzania digitálnych inovácií, konzistentnou stratégiou rozvoja digitálnych platforiem a úzkou spoluprácou všetkých obchodných divízií a funkcií bola spoločnosť minulý rok schopná ďalej zlepšiť efektívne využívanie informačných technológií a vytvárať si nové obchodné príležitosti, napríklad na trhoch B2B.

V súlade s korporátnym mottom „*Pioneers at heart of the good of generations*“ a so zavedenými záväzkami „*Leadership Commitments*“ spoločnosť Henkel v minulom roku pokračovala aj v posilňovaní svojej **firemnej kultúry.** Medzi ďalšie kľúčové oblasti, na ktoré sa v minulom roku zamerala, patrí aj holistický koncept „*Smart Work*“, ktorý predstavuje globálny rámec pre témy ako mobilná práca, digitálny pracovný priestor či zdravie zamestnancov, ako aj nové globálne iniciatívy v oblasti rozmanitosti, rovnosti a inklúzie (DEI).

*„V roku 2023 sme dosiahli silné hospodárske výsledky, dôsledne implementovali našu agendu zmysluplného rastu vo všetkých strategických oblastiach a pokročili v transformácii našej spoločnosti. Som pevne presvedčený, že sme na správnej ceste a realizujeme správnu stratégiu. Do roku 2024 a nasledujúcich rokov sa môžeme pozerať s veľkou mierou sebadôvery a sme v plnej miere odhodlaní naplniť svoje ambiciózne ciele,“* zhrnul Carsten Knobel.

O spoločnosti Henkel

Vďaka svojim značkám, inováciám a technológiám je spoločnosť Henkel svetovým lídrom na trhoch s priemyselným a spotrebným tovarom. Obchodná divízia Adhesive Technologies je globálnym lídrom na trhu so spojovacími a lepiacimi materiálmi a funkčnými nátermi. Obchodná divízia Consumer Brands sa drží na popredných miestach na mnohých svetových trhoch predovšetkým v segmentoch vlasovej kozmetiky a pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť. Medzi tri najsilnejšie značky spoločnosti patria Loctite, Persil a Schwarzkopf. Vo finančnom roku 2023 vykázala spoločnosť Henkel obrat vo výške viac než 21,5 mld. eur a upravený prevádzkový zisk približne vo výške 2,6 mld. eur. Prioritné akcie spoločnosti Henkel sú kótované na nemeckom akciovom indexe DAX. Udržateľnosť už dlhodobo patrí medzi tradičné priority spoločnosti Henkel, pričom na plnenie konkrétnych cieľov má spoločnosť vypracovanú jasnú stratégiu dlhodobej udržateľnosti. Spoločnosť Henkel bola založená v roku 1876 a dnes celosvetovo zamestnáva približne 48 000 zamestnancov, ktorých spája silná firemná kultúra, spoločné hodnoty a spoločné poslanie: „Pioneers at heart for the good of generations“. Viac informácií nájdete na stránkach [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

O spoločnosti Henkel Slovensko

Na Slovensku pôsobí Henkel vo všetkých troch strategických oblastiach už od roku 1991 a zároveň je HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. pôsobiskom najväčšej expertnej pobočky Global Business Solutions+ spoločnosti Henkel celosvetovo. Global Business Solutions+ Bratislava ‏(GBS+ Bratislava) patrí od svojho založenia v roku 2006 k dôležitej súčasti spoločnosti Henkel, zabezpečujúcej služby v Európe a globálne vo viac než 30 jazykoch. V súčasnosti zamestnáva viac než 1 600 pracovníkov. HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. predáva viac ako 50 značiek a dnes zamestnáva, spolu s GBS+ Bratislava, viac ako 1 800 zamestnancov. Viac informácií nájdete na stránke [www.henkel.sk](http://www.henkel.sk).

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Riaditeľka korporátnej komunikácie CEE

Telefón: +421 917 160 597

E-mail: [zuzana.kanuchova@henkel.com](mailto:zuzana.kanuchova@henkel.com)