



Tisková zpráva

8. květen 2025

Čtvrtletní zpráva za 1. čtvrtletí 2025

Leden - březen

Další pokrok v implementaci strategické agendy růstu

Vývoj obratu společnosti Henkel v souladu s očekáváními, silná ziskovost zachována

- **Obrat na úrovni skupiny: přibližně 5,2 miliardy eur, organický vývoj obratu -1,0 procenta**
- **Adhesive Technologies: pozitivní organický růst obratu ve výši 1,1 procenta s kladným vývojem objemu prodeje i přes náročné trhové prostředí**
- **Consumer Brands: pokles organického obratu o 3,5 procenta; objem prodeje ovlivněn utlumenou spotřebitelskou poptávkou a problémy v dodavatelském řetězci**
- **Dokončen odprodej obchodní divize Retailer Brands v Severní Americe úspěšně ukončil strategický program optimalizace portfolia divize Consumer Brands**
- **Výhled na finanční rok 2025 zůstává nezměněn i přes zvýšenou volatilitu trhového prostředí:**
 - Organický růst obratu: 1,5 až 3,5 procenta
 - Upravená výnosnost prodeje: 14,0 až 15,5 procenta
 - Upravený výnos na prioritní akcii (EPS): zvýšení v dolní až horní polovině jednociferného procentuálního pásma (při konstantních kurzových sazbách)

Düsseldorf, 8. květen 2025 – Společnost Henkel zveřejnila údaje o konsolidovaném obratu za první čtvrtletí 2025 ve výši 5,2 miliardy eur ve srovnání s přibližně 5,3 miliardy eur ve stejném čtvrtletí předchozího roku. V meziročním srovnání se organický obrat snížil o 1,0 procenta.



K zmíněnému vývoji přispěly především náročné geopolitické a makroekonomické podmínky, jež se od začátku roku výrazně zhoršily. Jejich vliv byl citelný jak na průmyslové poptávce, tak na spotřebitelské náladě, a to zejména v Severní Americe. I přes tato negativa se obchodní divizi Adhesive Technologies podařilo organický obrat zvýšit, k čemuž přispěl vyrovnaný mix cenového vývoje a objemu prodeje. Obrat obchodní divize Consumer Brands se dle očekávání meziročně snížil, a to i v důsledku silné porovnávací základny a problematických podmínek v dodavatelském řetězci.

„Jak již bylo zmíněno v březnu při zveřejnění výsledků za celý rok 2024, nový finanční rok jsme odstartovali s poměrně utlumeným vývojem obratu. Zároveň jsme pokračovali v dosahování silné hrubé marže i marže EBIT, přičemž nadále konzistentně a úspěšně pracujeme na implementaci naší agendy strategického růstu. Odprodej severoamerické divize Retailer Brands jsme ukončili rychleji, než jsme očekávali, čímž jsme úspěšně ukončili program optimalizace portfolia obchodní divize Consumer Brands, jež jsme ohlásili na začátku roku 2022. Znamená to, že nyní můžeme celou naši pozornost zaměřit na růst a rozvoj našich spotřebitelských značek díky inovacím včetně technologií, jež spotřebitelům přinášejí relevantní přidanou hodnotu,“ řekl předseda představenstva společnosti Henkel Carsten Knobel.

„Od začátku roku došlo na globálních trzích k výraznému nárůstu volatility a nejistoty. Cíle, jež jsme si stanovili pro aktuální finanční rok, zůstávají nezměněné a v roce 2025 i nadále očekáváme další organický růst obratu a postupné zvyšování výnosů. Stále předpokládáme silnější výsledky v druhé polovině roku, k nimž by měly přispět i naše inovace, jež plánujeme uvést na trh s podporou pokračujících investic do našich značek. Zároveň očekáváme i vysoké hrubé marže a marži EBIT. Vývoj, jež jsme zaznamenali během prvních tří měsíců aktuálního finančního roku, ukazuje, že jsme v tomto ohledu na správné cestě. To dokazuje, že máme jasnou strategii, kterou důsledně uplatňujeme, a že se nám daří plnit své sliby.“

Obrat podle divizí

v milionech eur	Obrat		+/-	Organický
	1. čtvrtletí 2024	1. čtvrtletí 2025		
Skupina Henkel	5 317	5 242	-1,4 %	-1,0 %
Adhesive Technologies	2 677	2 715	1,4 %	1,1 %
Consumer Brands	2 605	2 484	-4,6 %	-3,5 %

Pozitivní zvýšení organického obratu obchodní divize **Adhesive Technologies** v prvním čtvrtletí bylo způsobeno především silným růstem v oblasti mobility a elektronického průmyslu. Pokles organického obratu v obchodní divizi **Consumer Brands** byl zapříčiněn zejména utlumeným spotřebitelským sentimentem, snižováním zásob maloobchodních zákazníků a problémy v dodavatelském řetězci.

Obrat na úrovni skupiny

Obrat na úrovni skupiny dosáhl v **prvním čtvrtletí 2025** výšky 5 242 milionů eur, což meziročně představuje **nominální** pokles o 1,4 procenta (5 317 milionů eur). **Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodeje) obrat klesl o 1,0 procenta. Takový vývoj jsme očekávali a odráží současné složité geopolitické a makroekonomické podmínky, jež mají nepříznivý vliv na průmyslovou poptávku i spotřebitelské nálady, především na trzích v Severní Americe. Zatímco cenový vývoj přispěl pozitivně k vývoji organického obratu na úrovni skupiny, objemy prodeje zaostaly za loňskými úrovněmi. Akvizice a odprodeje se na zvýšení obratu podílely 1,1 procenta, naopak, negativní příspěvek nepříznivého kurzového vývoje k růstu obratu představoval -1,4 procenta.

Obrat na úrovni skupiny

v milionech eur	1. čtvrtletí 2024	1. čtvrtletí 2025
Obrat	5 317	5 242
Změna proti předchozímu roku	-5,2 %	-1,4 %
Kurzové vlivy	-3,9 %	-1,4 %
Upraveno o kurzové vlivy	-1,3 %	0,0 %
Akvizice/odprodeje	-4,3 %	1,1 %
Organický	3,0 %	-1,0 %
z toho cena	3,4 %	1,4 %
z toho objem	-0,4 %	-2,4 %

Organický růst obratu se v **evropském** regionu v prvním čtvrtletí snížil o 2,0 procenta. V regionu **IMEA** (Indie, Blízký východ, Afrika) se obrat organicky zvýšil o 4,6 procenta. V **Severní Americe** byl organický vývoj obratu negativní na úrovni 5,6 procenta. V **Latinské Americe** byl organický růst obratu o 1,5 procenta vyšší než ve stejném čtvrtletí předchozího roku. V **asijsko-pacifickém** regionu dosáhl organický růst obratu hodnoty 3,6 procenta.

Obrat podle regionů¹

v milionech eur	Evropa	IMEA	Severní Amerika	Latinská Amerika	Asie a Pacifik	Firemní sektor	Skupina Henkel
Obrat leden – březen 2025	1 989	562	1 429	375	844	43	5 242
Obrat leden – březen 2024	2 023	575	1 478	421	784	35	5 317
Změna proti stejn. čtvrtletí předch. roku	-1,7 %	-2,3 %	-3,4 %	10,8 %	7,6 %	–	-1,4 %
Organický	-2,0 %	4,6 %	-5,6 %	1,5 %	3,6 %	–	-1,0 %
Podíl na obratu skupiny za rok 2025	38 %	11 %	27 %	7 %	16 %	1 %	100 %
Podíl na obratu skupiny za rok 2024	38 %	11 %	28 %	8 %	15 %	1 %	100 %

¹ Podle sídla společnosti.

Obrat divize Adhesive Technologies

Obchodní divize Adhesive Technologies vygenerovala v **prvním čtvrtletí 2025 obrat** ve výši 2 715 milionů eur, což ve srovnání se stejným čtvrtletím předchozího roku (2 677 milionů eur) představuje **nominální** zvýšení o 1,4 procenta. **Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodejů) se obrat ve srovnání s prvním čtvrtletím 2024 zvýšil o 1,1 procenta, přičemž pozitivní vývoj zaznamenaly jak ceny, tak i objem prodeje. Kurzové vlivy snížily obrat o 1,0 procenta. Pozitivní přínos akvizic a odprodejů představoval 1,3 procenta.

Obrat divize Adhesive Technologies

v milionech eur	1. čtvrtletí 2024	1. čtvrtletí 2025
Obrat	2 677	2 715
Podíl na obratu skupiny	50 %	52 %
Změna proti předchozímu roku	-4,1 %	1,4 %
Kurzové vlivy	-3,8 %	-1,0 %
Upravené o kurzové vlivy	-0,4 %	2,4 %
Akvizice/odprodeje	-1,7 %	1,3 %
Organický	1,3 %	1,1 %
z toho cena	1,0 %	0,6 %
z toho objem	0,3 %	0,5 %

Pozitivní vývoj organického obratu obchodní divize Adhesive Technologies v prvním čtvrtletí byl způsoben zejména výsledky v oblasti **mobility a elektronického** průmyslu, v níž dosáhla silného zvýšení organického obratu na úrovni 3,1 procenta. Ke zmíněnému růstu přispěly segmenty elektronického a dodavatelského průmyslu, zatímco segment automobilového průmyslu zaznamenal pokles způsobený náročnými trhovými podmínkami. Organický vývoj obratu na úrovni -0,4 procenta v obchodním segmentu **obalového a spotřebního zboží** byl celkově mírně negativní. Segment obalových materiálů vykázal stabilní vývoj, jež byl podpořen pokračujícím oživením poptávky. Segment spotřebního zboží zaznamenal ve srovnání se stejným čtvrtletím předchozího roku mírný pokles. Organický růst obratu v trhovém segmentu výrobků pro **řemeslníky, stavebnictví a profesionály** se meziročně nepatrně zvýšili o 0,4 procenta. K růstu přispěly především trhový segment výrobků pro spotřebitele a řemeslníky a segment stavebnictví, jež dosáhly pozitivního růstu.

Obrat podle obchodní oblasti

v milionech eur	Obrat		+/-	Organický
	1. čtvrtletí 2024	1. čtvrtletí 2025		
Adhesive Technologies	2 677	2 715	1,4 %	1,1 %
Mobilita a elektronický průmysl	946	966	2,1 %	3,1 %
Obaly a spotřební zboží	838	804	-4,1 %	-0,4 %
Řemeslníci, profesionály a stavebnictví	893	945	5,9 %	0,4 %

Organický vývoj obratu obchodní divize Adhesive Technologies byl z pohledu jejího regionálního působení celkově smíšený. V **Evropě** obrat organicky zaostal za úrovněmi stejného čtvrtletí předchozího roku hlavně v důsledku vývoje v segmentu výrobků pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály. V celkově náročných trhových podmínkách se obrat v **Severní Americe** v prvním čtvrtletí snížil zejména pod vlivem nepříznivého vývoje v oblastech mobility a elektronického průmyslu a obalového a spotřebního zboží. Velmi silný organický růst obratu zaznamenal region **IMEA**, na němž se podílelo především dvojciferné zvýšení organického obratu v segmentu výrobků pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály. Podobně velmi silný růst zaznamenal také region **Latinské Ameriky**, kde byl jeho hlavním zdrojem především dvojciferný růst obratu v oblasti mobility a elektronického průmyslu. K tomuto vývoji přispěly i segmenty obalového a spotřebního zboží a výrobků pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály, jež vykazaly velmi silný růst. Trhy **asijsko-pacifického** regionu zaznamenaly výrazný růst hlavně díky dvojcifernému růstu obratu v segmentu elektronického průmyslu v Číně.

Obrat divize Consumer Brands

Obrat obchodní divize Consumer Brands dosáhl v **prvním čtvrtletí 2025** celkové hodnoty 2 484 milionů eur, což ve srovnání se stejným čtvrtletím předchozího roku představuje **nominální** pokles o 4,6 procenta. **Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodeje) se obrat snížil o 3,5 procenta. Obchodní divize zaznamenala ve srovnání s prvním čtvrtletím 2024 dobrý vývoj v oblasti cen, ale objem prodeje se dle očekávání snížil, a to zejména z důvodu útlumu spotřebitelských nálad a snižování zásob maloobchodních odběratelů – především v Severní Americe, jež byly ještě znásobeny problémy v dodavatelském

řetězci. Negativní vliv kurzového vývoje na obrat dosáhl -2,0 procenta, zatímco akvizice a odprodeje měly na vývoj obratu pozitivní vliv na úrovni 0,8 procenta.

Obrat divize Consumer Brands

v milionech eur	I. čtvrtletí 2024	1. čtvrtletí 2025
Obrat	2 605	2 484
Podíl na obratu skupiny	49 %	47 %
Změna proti předchozímu roku	-6,0 %	-4,6 %
Kurzové vlivy	-4,0 %	-2,0 %
Upraveno o kurzové vlivy	-2,0 %	-2,7 %
Akvizice/odprodeje	-7,2 %	0,8 %
Organický	5,2 %	-3,5 %
z toho cena	6,2 %	2,0 %
z toho objem	-1,0 %	-5,5 %

Organický obrat v segmentu **pracích a čistících prostředků** pro domácnost se snížil o 4,1 procenta. Negativní vývoj v kategorii pracích prostředků byl způsoben především poklesem při pracích výrobcích, zatímco výrobky pro péči o oblečení zaznamenaly velmi silný růst. Naopak, segment čistících prostředků pro domácnost zaznamenal organické zvýšení obratu, k němuž přispěl hlavně výrazný růst obratu v kategorii přípravků k mytí nádobí.

V segmentu **vlasové kosmetiky** došlo k poklesu organického obratu o 1,6 procenta. Pozitivní růst se projevil v segmentu spotřebního zboží, k němuž přispěl především vývoj v kategoriích barev na vlasy a stylingových vlasových přípravků. Vývoj v segmentu profesionální vlasové kosmetiky celkově zaostal za úrovněmi ze stejného čtvrtletí předchozího roku, což bylo způsobeno hlavně poklesem obratu v důsledku problémového spotřebitelského prostředí na severoamerických trzích.

V kategorii **jiného spotřebního zboží** došlo k poklesu organického obratu o 6,8 procenta, jehož hlavní příčinou byl negativní vývoj v kategorii výrobků tělové kosmetiky v Severní Americe a Evropě.

Obrat podle obchodní oblasti

v milionech eur	Obrat		+/-	Organický
	1. čtvrtletí 2024	1. čtvrtletí 2025		
Consumer Brands	2 605	2 484	-4,6 %	-3,5 %
Prací a čistící prostředky	1 661	1 550	-6,7 %	-4,1 %
Péče o vlasy	781	792	1,4 %	-1,6 %
Jiné spotřební zboží	163	142	-12,6 %	-6,8 %

Z pohledu regionálního působení zaostal vývoj obratu za úrovní předchozího roku ve všech regionech kromě regionu IMEA. Region **IMEA** zaznamenal celkově silné zvýšení organického obratu, za nímž byl výrazný organický růst obratu v segmentu vlasové kosmetiky a pozitivní vývoj v segmentu pracích a čistících prostředků pro domácnost. V **Evropě**, na druhé straně, došlo k poklesu, jež byl způsoben vývojem v segmentu pracích a čistících prostředků pro domácnost, zatímco segment vlasové kosmetiky zaznamenal pozitivní růst. Růst obratu v **Severní Americe** a na **asijsko-pacifických trzích** zaostal za loňskou úrovní ve všech obchodních oblastech a segmentech. Z důvodu nepříznivého vývoje v segmentu pracích a čistících prostředků pro domácnost i celkové výsledky v **latinskoamerickém** regionu zaostaly za úrovní z předchozího roku. Naopak, segment vlasové kosmetiky zaznamenal velmi silný organický růst obratu.

Čistá aktiva a finanční pozice skupiny

V čistých aktivech a finanční pozici skupiny nedošlo ve sledovaném období k žádným podstatným změnám ve srovnání se situací k 31. prosinci 2024.

Výhled na úrovni skupiny Henkel

Společnost Henkel v aktuálním roce i nadále očekává **organický růst obratu** na úrovni skupiny v rozsahu 1,5 až 3,5 procenta. V případě obchodní divize Adhesive Technologies se očekává organický růst obratu v rozsahu 2,0 až 4,0 procenta. U obchodní divize Consumer Brands očekáváme zvýšení organického obratu o 1,0 až 3,0 procenta.

Upravená výnosnost prodeje (upravená marže EBIT) by se měla i nadále pohybovat v pásmu od 14,0 do 15,5 procenta. V případě divize Adhesive Technologies se upravená výnosnost prodeje očekává v rozsahu od 16,0 do 17,5 procenta a v případě Consumer Brands od 13,5 do 15,0 procenta.

Při **upraveném výnosu na prioritní akcii (EPS)** při konstantních kurzových sazbách nadále očekáváme jeho zvýšení ve spodní až horní polovině jednociferného procentuálního pásma.

Kromě toho v roce 2025 očekáváme tento vývoj:

- Akvizice/odprodeje: negativní vliv na nominální růst obratu v dolní polovině jednociferného procentuálního pásma
- Vliv kurzových sazeb na obrat: neutrální až negativní vliv v dolní polovině jednociferného procentuálního pásma
- Ceny přímých vstupních surovin: zvýšení až do poloviny jednociferného procentuálního pásma ve srovnání s průměrem cen za předchozí rok
- Restrukturalizační výdaje ve výši 200 až 250 milionů eur
- Záporné peněžní toky z investic do budov, strojů a zařízení a do nemovitostí ve výši 650 až 750 milionů eur

O společnosti Henkel

Díky svým značkám, inovacím a technologiím je společnost Henkel světovým lídrem na trzích s průmyslovým a spotřebním zbožím. Obchodní divize Adhesive Technologies je globálním lídrem na trhu se spojovacími a lepicími materiály, tmely a funkčními nátěry. Obchodní divize Consumer Brands se drží na předních místech na mnoha světových trzích především v segmentech vlasové kosmetiky a pracích a čistících prostředků pro domácnost. Mezi tři nejsilnější značky společnosti patří Loctite, Persil a Schwarzkopf. Ve finančním roce 2024 vykázala společnost Henkel obrat ve výši přes 21,6 mld. eur a upravený provozní zisk přibližně ve výši 3,1 mld. eur. Prioritní akcie společnosti Henkel jsou kótovány na německém akciovém indexu DAX. Udržitelnost patří již dlouho k tradičním prioritám společnosti Henkel, přičemž k plnění konkrétních cílů má společnost vypracovanou jasnou strategii dlouhodobé udržitelnosti. Společnost Henkel byla založena v roce 1876 a dnes celosvětově zaměstnává přes 47 000 zaměstnanců, již spojuje silná firemní kultura, společné hodnoty a společné poslání: „Pioneers at heart for the good of generations“. Více informací najdete na stránkách www.henkel.com.

Tento dokument obsahuje stanoviska týkající se budoucího obchodního vývoje, finančních výsledků a dalších událostí nebo skutečností relevantních pro společnost Henkel z pohledu budoucího rozvoje. Stanoviska týkající se budoucího vývoje charakterizuje použití slov jako „očekávat“, „zamýšlet“, „plánovat“, „předpokládat“, „domnívat se“, „odhadovat“ a podobných výrazů. Taková stanoviska se opírají o aktuální odhady a předpoklady vypracované managementem společnosti Henkel AG & Co. KGaA. Tato stanoviska nelze chápat jako zaručující jakýmkoliv způsobem, že dané predikce jsou přesné. Budoucí výkonnost jakož i reálně dosažené výsledky společnosti Henkel AG & Co. KGaA a jejích sesterských společností závisí od celé řady rizikových faktorů a nejistot, a proto se mohou podstatně lišit od výhledových stanovisek (jak negativně, tak i pozitivně). Na mnoho z nich společnost Henkel nemá přímý dosah a předem je nelze přesně odhadnout, jako například jaké bude ekonomické prostředí v budoucnosti a jaké budou kroky konkurentů a jiných subjektů působících na trhu. Společnost Henkel nemá v úmyslu a ani nepřijme kroky pro účely aktualizace těchto stanovisek.

Tento dokument obsahuje doplňující finanční ukazovatele, jež nejsou jasně definovány v platném rámci finančního výkaznictví, jež představují nebo mohou představovat alternativní ukazovatele finanční výkonnosti. Tyto doplňující finanční ukazovatele by se neměly vykládat samostatně nebo jako alternativní ukazatele k ukazatelům čistých aktiv a finanční pozice společnosti Henkel nebo k výsledkům podnikání, jež jsou v souladu s platným rámcem finančního výkaznictví prezentovány v konsolidované účetní závěrce společnosti. Jiné společnosti, jež vykazují nebo uvádějí alternativní ukazatele výkonnosti s podobnými názvy, mohou počítat jejich hodnoty jinak.

Tento dokument slouží výlučně k informačním účelům a nepředstavuje investiční radu ani nabídku na prodej nebo koupi jakýchkoliv cenných papírů.

Finanční kalendář

Zveřejnění zprávy za první pololetí 2025:

Čtvrtek 7. srpna 2025

Zveřejnění čtvrtletní zprávy za 3. čtvrtletí 2025:

Čtvrtek 6. listopadu 2025

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Ředitelka korporátní komunikace CEE

Telefon: +421 917 160 597

E-mail: zuzana.kanuchova@henkel.com