

Sajtóközlemény

2025. május 8.

További előrelépés a stratégiai növekedési program végrehajtásában

A Henkel árbevétel-növekedése a várakozásoknak megfelelően alakult, miközben a nyereségesség továbbra is erős maradt

- **Csoport árbevétele: mintegy 5,2 milliárd euró; szervesen -1,0 százalék**
- **Adhesive Technologies: 1,1 százalékos pozitív szerves árbevétel-növekedés a kihívásokkal teli környezet ellenére pozitív volumenfejlődéssel**
- **Consumer Brands: -3,5 százalékos szerves árbevétel; a volumeneket a visszafogott fogyasztói kereslet és az ellátási lánc kihívásai befolyásolták**
- **Lezárult a Retailer Brands üzletág értékesítése Észak-Amerikában, ezzel befejeződött a Consumer Brands stratégiai portfólióoptimalizálási programja**
- **A 2025-ös pénzügyi évre vonatkozó kilátások változatlanok a piaci környezet megnövekedett volatilitása ellenére is:**
 - Szerves árbevétel-növekedés: 1,5-3,5 százalék
 - Korrigált árbevétel-arányos megtérülés: 14,0-15,5 százalék
 - Elsőbbségi részvények korrigált hozama (EPS): növekedés az egyszámjegyű százaléksáv alsó-felső tartományában (változatlan árfolyamon)

A Henkel 2025 első negyedében mintegy 5,2 milliárd eurós konszolidált árbevételt ért el, szemben az előző év azonos időszakában elért 5,3 milliárd euróval. A szerves árbevétel -1,0 százalékkal csökkent az előző év azonos negyedéhez képest. Ez a csökkenés elsősorban a kihívásokkal teli geopolitikai és makrogazdasági környezetnek tudható be, amely az év eleje óta jelentősen fokozódott. Ez mind az ipari keresletet, mind a fogyasztói hangulatot érintette – különösen Észak-Amerikában. A várakozásoknak megfelelően a Consumer Brands üzletágban az árbevétel elmaradt az előző évitől, ami szintén az erős összehasonlítási adatoknak és az ellátási láncban jelentkező kihívásoknak tudható be.

„Ahogyan márciusban, a 2024-es teljes éves eredményeink közzétételekor is jeleztük, az új pénzügyi év visszafogottan indult. Ugyanakkor továbbra is erős bruttó árrést és EBIT marzsot értünk el, miközben továbbra is következetesen és sikeresen dolgoztunk stratégiai növekedési programunk megvalósításán. Az észak-amerikai Retailer Brands üzlet értékesítését a vártnál korábban lezártuk, ezzel sikeresen befejeztük a 2022 elején bejelentett portfólióoptimalizálási programot a Consumer Brands üzletágban. Ez azt jelenti, hogy mostantól teljes figyelmünket márkás fogyasztási cikkek üzletágunk növekedésére összpontosíthatjuk, olyan technológiákat tartalmazó innovációkkal, amelyek releváns hozzáadott értéket kínálnak a fogyasztóknak” – mondta Carsten Knobel, a Henkel igazgatóságának elnöke.

„A globális piacokon tapasztalható volatilitás és bizonytalanság az év eleje óta jelentősen megnövekedett. A jelenlegi pénzügyi évre kitűzött céljaink változatlanok maradnak, és továbbra is számítunk a szerves árbevétel növekedésére, valamint az eredmény fokozatos javulására 2025-ben. Továbbra is erősebb második félévre számítunk, amelyhez hozzájárulnak innovációink is, amelyeket folyamatos márkafejlesztési befektetéseinkkel támogatva vezetünk be a piacra. Ugyanakkor magas bruttó árrésre és EBIT-marzsra is számítunk. A mostani pénzügyi év első három hónapjában tapasztalt fejlődés azt mutatja, hogy jó úton haladunk ebben a tekintetben. Ez bizonyítja, hogy világos és következetesen végrehajtott stratégiánk van, és teljesítjük ígéreteinket.”

Az **Adhesive Technologies** üzletág pozitív szerves árbevétel-növekedését az első negyedévben elsősorban a Mobility & Electronics üzletág erős teljesítménye okozta. A **Consumer Brands** üzletág szerves árbevételének csökkenése különösen a visszafogott fogyasztói hangulatnak, a vásárlói készlethiánynak és az ellátási lánc kihívásainak tudható be.

A Csoport értékesítési teljesítménye

2025 első negyedévében a csoport árbevétele 5 242 millió eurót tett ki, ami **nominálisan** -1,4 százalékos csökkenést jelent az előző év negyedévéhez képest (5317 millió euró). **Szervesen** (azaz árfolyam- és felvásárlásokkal/eladásokkal kiigazítva) az árbevétel 1,0 százalékkal csökkent. Ez a fejlemény várható volt, és tükrözi a jelenlegi kihívásokkal teli geopolitikai és makrogazdasági környezetet, amely hatással van mind az ipari keresletre, mind a fogyasztói hangulatra – különösen Észak-Amerikában. Bár a csoport szintű szerves árbevétel-növekedést pozitív árkomponens támogatta, a volumenek elmaradtak az előző évi szinttől. Az akvizíciók/értékesítések 1,1 százalékos árbevétel-növekedést eredményeztek. Ezzel szemben az árfolyamhatások -1,4 százalékos negatív hatással voltak az árbevétel teljesítményre.

Az **európai** régióban az első negyedévben -2,0 százalékos volt a szerves árbevétel. Az **IMEA** régióban az árbevétel szervesen 4,6 százalékkal nőtt. A szerves árbevétel **Észak-Amerikában** negatív, -5,6 százalékos volt. **Latin-Amerikában** a szerves árbevétel-növekedés 1,5 százalékkal

haladta meg az előző évi negyedévit. Az **ázsiai-csendes-óceáni** régió 3,6 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el.

Adhesive Technologies árbevétel teljesítménye

Az Adhesive Technologies üzletág **2025 első negyedévében** 2 715 millió eurós **árbevételt** ért el, ami az előző évi negyedévhez (2677 millió euró) képest 1,4 százalékos **nominális** növekedést jelent. **Szervesen** (azaz árfolyam- és felvásárlásokkal/eladásokkal kiigazítva) az árbevétel 1,1 százalékkal nőtt 2024 első negyedévéhez képest. Mind az ár, mind a mennyiség pozitív fejlődést mutatott. Az árfolyamhatások -1,0 százalékkal csökkentették az árbevételt. Az akvizíciók/értékesítések további 1,3 százalékos pozitív hatást gyakoroltak.

Az Adhesive Technologies üzletág pozitív szerves árbevétel-növekedését az első negyedévben elsősorban a **Mobility & Electronics** üzleti terület hajtotta, amely erőteljes, 3,1 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el. Ezt a növekedést az elektronikai és ipari üzleti területek hajtották, míg az autóipar terület a kihívásokkal teli piaci környezet miatt visszaesett. A **Packaging & Consumer Goods** üzleti terület szerves árbevételének alakulása -0,4 százalékkal összességében enyhén negatív volt. A csomagolási terület stabil fejlődést mutatott, amit a kereslet további élénkülése támogatott. A fogyasztási cikkek területe enyhe visszaesést mutatott az előző év azonos negyedévéhez képest. A **Craftsmen, Construction & Professional** üzleti terület szerves árbevétel-növekedése 0,4 százalékkal nőtt az előző év azonos negyedévéhez képest. A növekedést különösen a Consumer & Craftsmen és az Építőipar területek hajtották, amelyek egyaránt jó növekedést értek el.

Regionális szempontból az Adhesive Technologies üzletág első negyedéves teljesítménye összességben vegyes képet mutatott. **Európában** a szerves árbevétel elmaradt az előző év azonos időszakához képest, elsősorban a Craftsmen, Construction & Professional üzleti terület gyengébb teljesítménye miatt. **Észak-Amerikában** a kihívásokkal teli piaci környezetben csökkent az árbevétel, főként a Mobility & Electronics, valamint a Packaging & Consumer Goods üzleti területek gyengébb teljesítménye következtében. Az **IMEA** régióban nagyon erős szerves árbevétel-növekedést értek el, különösen a Craftsmen, Construction & Professional üzleti terület kétszámjegyű növekedésének köszönhetően. **Latin-Amerikában** szintén nagyon erős növekedést tapasztaltak, amit elsősorban a Mobility & Electronics üzleti terület kétszámjegyű árbevétel-növekedése hajtott. A Packaging & Consumer Goods, valamint a Craftsmen, Construction & Professional területek szintén hozzájárultak ehhez a fejlődéshez, mindkettő nagyon erős növekedésről számolt be. Az **Ázsia-Csendes-óceáni** térség jelentős növekedést mutatott, különösen a kínai Electronics üzleti terület kétszámjegyű árbevétel-növekedésének köszönhetően.

Consumer Brands árbevétel teljesítménye

A Consumer Brands üzletágban az árbevétel **2025 első negyedévében** 2 484 millió eurót tett ki, ami **nominálisan** -4,6 százalékos csökkenést jelent az előző év negyedéhez képest. **Szervesen** (azaz árfolyam- és felvásárlásokkal/eladásokkal kiigazítva) az árbevétel -3,5 százalékkal csökkent. Az üzletág 2024 első negyedéhez képest jó áralakulást ért el, miközben a volumenek a várakozásoknak megfelelően csökkentek, főként a visszafogott fogyasztói hangulat és a kiskereskedelmi vásárlók készletleépítése miatt – különösen Észak-Amerikában – amit az ellátási láncban jelentkező kihívások súlyosbítottak. Az árfolyamhatások -2,0 százalékos negatív hatással voltak az értékesítésre, míg az akvizíciók/értékesítések 0,8 százalékos pozitív hatással voltak az árbevételre.

Az első negyedévben a **Laundry & Home Care** üzleti terület negatív, -4,1 százalékos szerves árbevétel-teljesítményt könyvelhetett el. A Laundry Care üzlet negatív növekedést ért el, amelyet elsősorban a Fabric Cleaning kategória visszaesése okozott, míg a Fabric Care kategória nagyon erős növekedést mutatott. Ezzel szemben a Home Care üzleti terület jó szerves árbevétel-növekedést ért el, elsősorban a Dishwashing kategória jelentős árbevétel-növekedésének köszönhetően.

A **Hair** üzleti területen a szerves árbevétel -1,6 százalékkal csökkent. A Consumer üzlet pozitív növekedést mutatott, amelyet a hajfestékek és a hajformázás kategóriák hajtottak. Összességében a Professional üzlet fejlődése elmaradt az előző évitől, ami elsősorban az észak-amerikai régió kihívásokkal teli fogyasztói környezetéből adódó forgalomcsökkenésnek tudható be.

Az **Other Consumer** üzleti területen -6,8 százalékos szerves árbevétel-csökkenés következett be, ami elsősorban a testápolási terület negatív alakulásának köszönhető az észak-amerikai és az európai régióban.

Regionális szempontból az árbevétel alakulása – az IMEA kivételével – minden régióban elmaradt az előző évi szinttől. Az **IMEA** régió összességében jó szerves árbevétel-növekedést ért el, amit a Hair üzleti terület jelentős szerves árbevétel-növekedése és a Laundry & Home Care üzleti terület jó fejlődése eredményezett. **Európában** ezzel szemben a Laundry & Home Care üzleti területen bekövetkezett fejlemények miatt visszaesés volt tapasztalható, míg a Hair üzleti terület jó növekedést mutatott. Az **észak-amerikai** és az **ázsiai-csendes-óceáni** régióban az árbevétel növekedése minden üzletágban elmaradt az előző évi szinttől. A **latin-amerikai** régió teljesítménye a Laundry & Home Care üzleti területen bekövetkezett fejlemények miatt összességében elmaradt az előző évitől. A Hair üzleti terület ezzel szemben nagyon erős szerves árbevétel-növekedést ért el.

A Csoport nettó eszközállománya és pénzügyi helyzete

A vizsgált időszakban 2024. december 31-hez képest nem történt lényeges változás a Csoport nettó eszközállományában és pénzügyi helyzetében.

A Henkel Csoport kilátásai

A folyó évre vonatkozóan a Henkel továbbra is 1,5 és 3,5 százalék közötti **szerves árbevétel-növekedést** vár. Az Adhesive Technologies üzletág esetében 2,0 és 4,0 százalék közötti szerves árbevétel-növekedés várható. A Consumer Brands üzletág esetében 1,0-3,0 százalék közötti szerves árbevétel-növekedésre számítunk.

A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés (korrigált EBIT marzs)** várhatóan továbbra is 14,0-15,5 százalék között lesz. Az Adhesive Technologies esetében 16,0 és 17,5 százalék közötti, a Consumer Brands esetében pedig 13,5 és 15,0 százalék közötti korrigált árbevétel-arányos megtérülés várható.

Továbbra is várható, hogy az **elsőbbségi részvényekre jutó korrigált hozam (EPS)** változatlan árfolyamon számolva egyszámjegyű százaléksáv alsó-felső tartományában fog emelkedni.

Ezen túlmenően 2025-re vonatkozóan továbbra is a következő elvárásaink vannak:

- Akvizíciók/elidegenítések: alacsony egyszámjegyű százalékos negatív hatás a nominális árbevétel-növekedésre
- A külföldi pénznemben történő értékesítés átváltása: semleges vagy negatív hatás az alacsony egyszámjegyű százalékos tartományban
- Közvetlen alapanyagárak: alacsony vagy közepes egyszámjegyű százalékos növekedés az előző évi átlaghoz képest
- 200-250 millió eurós szerkezetátalakítási költségek
Ingatlanokba, gépekbe és immateriális javakba történő beruházásokból származó pénzkiáramlás 650 és 750 millió euró között.

A Henkelről

A Henkel márkáival, innovációival és technológiáival világszerte piacvezető az ipari és fogyasztói termékek területén. Az Adhesive Technologies üzletágával a Henkel globális vezető a ragasztók, tömítőanyagok és funkcionális bevonatok piacán. A Consumer Brands üzletága révén a vállalat számos piacon és kategóriában világelső, különösen a mosó- és háztartási tisztítószeres, valamint a hajápolás terén. A cég három legerősebb márkája a Loctite, a Persil és a Schwarzkopf. A 2024-es pénzügyi évben a Henkel több, mint 21,6 milliárd euró árbevételt és mintegy 3,1 milliárd euró korrigált üzemi eredményt ért el. A Henkel elsőbbségi részvényeit a német DAX tőzszeindexben jegyzik. A Henkelnél a fenntarthatóságnak nagy hagyománya van, a vállalat világos fenntarthatósági stratégiát követ meghatározott célokkal. A Henkelt 1876-ban alapították, és ma világszerte mintegy 47 000 munkatársa sokszínű

csapatot alkot, akiket az erős vállalati kultúra, a közös értékek és a „Pioneers at heart for the good of generations” vállalati cél köt össze. További információ: www.henkel.com; www.henkel.hu.

Ez a dokumentum olyan kijelentéseket tartalmaz, amelyek a jövőbeni üzleti fejlődésre, pénzügyi teljesítményre és egyéb, a Henkel számára releváns eseményekre vagy fejleményekre vonatkoznak, és amelyek jövőre vonatkozó kijelentéseknek minősülhetnek. A jövőre vonatkozó kijelentéseket olyan szavak használata jellemzi, mint a várakozás, szándék, terv, előrejelzés, hit, becslés és hasonló kifejezések. Ezek a kijelentések a Henkel AG & Co. KGaA vállalati vezetése által tett aktuális becsléseken és feltételezéseken alapulnak. Ezek a kijelentések semmilyen módon nem jelentenek garanciát arra, hogy ezek a várakozások pontosnak bizonyulnak. A Henkel AG & Co. KGaA és leányvállalatainak jövőbeni teljesítménye és ténylegesen elért eredményei számos kockázattól és bizonytalanságtól függenek, és ezért lényegesen eltérhetnek (pozitív vagy negatív irányban egyaránt) a jövőre vonatkozó kijelentésektől. E tényezők közül sok kívül esik a Henkel ellenőrzési körén, és nem lehet őket előre pontosan megbecsülni, mint például a jövőbeli gazdasági környezet, valamint a versenytársak és más piaci szereplők fellépése. A Henkel nem tervezi és nem is vállalja, hogy a jövőre vonatkozó állításait frissítse.

Ez a dokumentum olyan kiegészítő pénzügyi mutatókat tartalmaz, amelyek nincsenek egyértelműen meghatározva az alkalmazandó pénzügyi beszámolási keretrendszerben, és amelyek alternatív teljesítménymutatók lehetnek. Ezeket a kiegészítő pénzügyi intézkedéseket nem szabad elszigetelten vagy a Henkel nettó eszközállományának és pénzügyi helyzetének, illetve a műveletek eredményei alternatívájaként tekinteni, ahogyan azt a konszolidált pénzügyi kimutatásokban a vonatkozó pénzügyi beszámoló kereteivel összhangban bemutatják. Más vállalatok, amelyek hasonló elnevezésű alternatív teljesítménymutatókról számolnak be vagy írnak le, számíthatják őket eltérően.

Ez a dokumentum kizárólag tájékoztatás céljából készült, és nem minősül befektetési tanácsadásnak vagy értékpapírok eladására vonatkozó ajánlatnak, illetve vételi ajánlatra vonatkozó felhívásnak.

Pénzügyi naptár

2025. féléves pénzügyi jelentés publikálása

2025. augusztus 7, csütörtök

2025. harmadik negyedéves pénzügyi jelentés publikálása

2025. november 6, csütörtök

Kapcsolat:

Befektetők és elemzők

Leslie Iltgen

Tel: +49 211 797-1631

Email: leslie.iltgen@henkel.com

Dr. Dennis Starke

Tel: +49 211 797-5601

Email: dennis.starke@henkel.com

Dr. Sascha Kieback

Tel: +49 211 797-1810

Email: dennis.starke@henkel.com

Sajtó és Média

Lars Witteck

Tel: +49 211 797-2606

Email: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Tel: +49 211 797-1875

Email: wulf.klueppelholz@henkel.com

Hanna Philipps

Tel: +49 211 797-3626

Email: hanna.philipps@henkel.com

Henkel Magyarország Kft.

Vállalati kommunikáció

Lambert Petra

Tel. (1) 372-5555

Email: vallalati.kommunikacio@henkel.com