



## Tlačová správa

8. máj 2025

### Štvrťročná správa za 1. štvrťrok 2025

Január-marec

Ďalší pokrok v implementácii strategickej agendy rastu

#### **Vývoj obratu spoločnosti Henkel v súlade s očakávaniami, silná ziskovosť zachovaná**

- **Obrat na úrovni skupiny: približne 5,2 miliardy eur, organický vývoj obratu -1,0 percenta**
- **Adhesive Technologies: pozitívny organický rast obratu vo výške 1,1 percenta s kladným vývojom objemu predaja napriek náročnému trhovému prostrediu**
- **Consumer Brands: pokles organického obratu o 3,5 percenta; objem predaja ovplyvnený utlmeným spotrebiteľským dopytom a problémami v dodávateľskom reťazci**
- **Dokončený odpredaj obchodnej divízie Retailer Brands v Severnej Amerike úspešne zavŕšil strategický program optimalizácie portfólia divízie Consumer Brands**
- **Výhľad na finančný rok 2025 ostáva nezmenený napriek zvýšenej volatilite trhového prostredia:**
  - Organický rast obratu: 1,5 až 3,5 percenta
  - Upravená výnosnosť predaja: 14,0 až 15,5 percenta
  - Upravený výnos na prioritnú akciu (EPS): zvýšenie v dolnej až hornej polovici jednociferného percentuálneho pásma (pri konštantných kurzových sadzbách)

Düsseldorf, 8. máj 2025 – Spoločnosť Henkel zverejnila údaje o konsolidovanom obrate za prvý štvrťrok 2025 vo výške 5,2 miliardy eur v porovnaní s približne 5,3 miliardy eur v rovnakom štvrťroku predchádzajúceho roka. V medziročnom porovnaní sa organický obrat znížil o 1,0



percenta. K uvedenému vývoju prispeli predovšetkým náročné geopolitické a makroekonomické podmienky, ktoré sa od začiatku roka výrazne zhoršili. Ich vplyv bolo cítiť tak na priemyselnom dopyte, ako aj na spotrebiteľskej nálade, a to najmä v Severnej Amerike. Napriek týmto negatívam sa obchodnej divízii Adhesive Technologies podarilo organický obrat zvýšiť, k čomu prispel vyrovnaný mix cenového vývoja a objemu predaja. Obrat obchodnej divízie Consumer Brands sa podľa očakávaní medziročne znížil, a to aj v dôsledku silnej porovnávacej základne a problematických podmienkach v dodávateľskom reťazci.

*„Ako už bolo uvedené v marci pri zverejnení výsledkov za celý rok 2024, nový finančný rok sme odštartovali s pomerne utlmeným vývojom obratu. Zároveň sme pokračovali v dosahovaní silnej hrubej marže aj marže EBIT, pričom naďalej konzistentne a úspešne pracujeme na implementácii našej agendy strategického rastu. Odpredaj severoamerickej divízie Retailer Brands sme ukončili rýchlejšie, než sme očakávali, čím sme úspešne zavřili program optimalizácie portfólia obchodnej divízie Consumer Brands, ktorý sme ohlásili na začiatku roka 2022. Znamená to, že teraz môžeme celú našu pozornosť zamerať na rast a rozvoj našich spotrebiteľských značiek vďaka inováciám vrátane technológií, ktoré spotrebiteľom prinášajú relevantnú pridanú hodnotu,“ povedal predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Carsten Knobel.*

*„Od začiatku roka došlo na globálnych trhoch k výraznému nárastu volatility a neistoty. Ciele, ktoré sme si stanovili na aktuálny finančný rok, ostávajú nezmenené a v roku 2025 aj naďalej očakávame ďalší organický rast obratu a postupné zvyšovanie výnosov. Stále predpokladáme silnejšie výsledky v druhej polovici roka, ku ktorým by mali prispieť aj naše inovácie, ktoré plánujeme uviesť na trh s podporou pokračujúcich investícií do našich značiek. Zároveň očakávame aj vysoké hrubé marže aj maržu EBIT. Vývoj, ktorý sme zaznamenali v priebehu prvých troch mesiacov aktuálneho finančného roka, ukazuje, že sme v tomto ohľade na správnej ceste. To dokazuje, že máme jasnú stratégiu, ktorú dôsledne uplatňujeme, a že sa nám darí naplňať svoje sľuby.“*

## Obrat podľa divízií

| v miliónoch eur       | Obrat               |                     | +/-    | Organický |
|-----------------------|---------------------|---------------------|--------|-----------|
|                       | 1. štvrťrok<br>2024 | 1. štvrťrok<br>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 %    |

Pozitívne zvýšenie organického obratu obchodnej divízie **Adhesive Technologies** v prvom štvrťroku bolo spôsobené predovšetkým silným rastom v oblasti mobility a elektronického priemyslu. Pokles organického obratu v obchodnej divízii **Consumer Brands** bol zapríčinený najmä utlmeným spotrebiteľským sentimentom, znižovaním zásob maloobchodných zákazníkov a problémami v dodávateľskom reťazci.

## Obrat na úrovni skupiny

**Obrat na úrovni skupiny** dosiahol v **prvom štvrťroku 2025** výšku 5 242 miliónov eur, čo medziročne predstavuje **nominálny** pokles o 1,4 percenta (5 317 miliónov eur). **Organický** (t. j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredaja) obrat klesol o 1,0 percenta. Takýto vývoj sme očakávali a odráža súčasné zložité geopolitické a makroekonomické podmienky, ktoré majú nepriaznivý vplyv na priemyselný dopyt aj spotrebiteľské nálady, predovšetkým na trhoch v Severnej Amerike. Kým cenový vývoj prispel pozitívne k vývoju organického obratu na úrovni skupiny, objemy predajov zaostali za minuloročnými úrovňami. Akvizície a odpredaje sa na zvýšení obratu podieľali 1,1 percenta, naopak, negatívny príspevok nepriaznivého kurzového vývoja k rastu obratu predstavoval -1,4 percenta.

## Obrat na úrovni skupiny

| v miliónoch eur                           | 1. štvrťrok<br>2024 | 1. štvrťrok<br>2025 |
|-------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Obrat</b>                              | <b>5 317</b>        | <b>5 242</b>        |
| <b>Zmena oproti predchádzajúcemu roku</b> | <b>-5,2 %</b>       | <b>-1,4 %</b>       |
| Kurzové vplyvy                            | -3,9 %              | -1,4 %              |
| <b>Upravené o kurzové vplyvy</b>          | <b>-1,3 %</b>       | <b>0,0 %</b>        |
| Akvízie/odpredaje                         | -4,3 %              | 1,1 %               |
| <b>Organický</b>                          | <b>3,0 %</b>        | <b>-1,0 %</b>       |
| z toho cena                               | 3,4 %               | 1,4 %               |
| z toho objem                              | -0,4 %              | -2,4 %              |

Organický rast obratu sa v **európskom** regióne v prvom štvrťroku znížil o 2,0 percenta. V regióne **IMEA** (India, Stredný východ, Afrika) sa obrat organicky zvýšil o 4,6 percenta. V **Severnej Amerike** bol organický vývoj obratu negatívny na úrovni 5,6 percenta. V **Latinskej Amerike** bol organický rast obratu o 1,5 percenta vyšší než v rovnakom štvrťroku predchádzajúceho roka. V **ázijsko-pacifickom** regióne dosiahol organický rast obratu hodnotu 3,6 percenta.

## Obrat podľa regiónov<sup>1</sup>

| v miliónoch eur                                 | Európa       | IMEA        | Severná<br>Amerika | Latinská<br>Amerika | Ázia a<br>Pacifik | Firemný<br>sektor | Skupina<br>Henkel |
|-------------------------------------------------|--------------|-------------|--------------------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Obrat január – marec 2025</b>                | <b>1 989</b> | <b>562</b>  | <b>1 429</b>       | <b>375</b>          | <b>844</b>        | <b>43</b>         | <b>5 242</b>      |
| Obrat január – marec 2024                       | 2 023        | 575         | 1 478              | 421                 | 784               | 35                | 5 317             |
| Zmena oproti rovn. štvrťroku<br>predch. roka    | -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 %            |
| <b>Podiel na obrate<br/>skupiny za rok 2025</b> | <b>38 %</b>  | <b>11 %</b> | <b>27 %</b>        | <b>7 %</b>          | <b>16 %</b>       | <b>1 %</b>        | <b>100 %</b>      |
| Podiel na obrate<br>skupiny za rok 2024         | 38 %         | 11 %        | 28 %               | 8 %                 | 15 %              | 1 %               | 100 %             |

<sup>1</sup> Podľa sídla spoločnosti.

## Obrat divízie Adhesive Technologies

Obchodná divízia Adhesive Technologies vygenerovala v **prvom štvrťroku 2025 obrat** vo výške 2 715 miliónov eur, čo v porovnaní s rovnakým štvrťrokom predchádzajúceho roka (2 677 miliónov eur) predstavuje **nominálne** zvýšenie o 1,4 percenta. **Organicky** (t. j. po

úprave o kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredajov) sa obrat v porovnaní s prvým štvrťrokom 2024 zvýšil o 1,1 percenta, pričom pozitívny vývoj zaznamenali tak ceny, ako aj objem predaja. Kurzové vplyvy znížili obrat o 1,0 percenta. Pozitívny prínos akvizícií a odpredajov predstavoval 1,3 percenta.

## Obrat divízie Adhesive Technologies

|                                           | 1. štvrťrok<br>2024 | 1. štvrťrok<br>2025 |
|-------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| <b>v miliónoch eur</b>                    |                     |                     |
| <b>Obrat</b>                              | <b>2 677</b>        | <b>2 715</b>        |
| Podiel na obrate skupiny                  | 50 %                | 52 %                |
| <b>Zmena oproti predchádzajúcemu roku</b> | <b>-4,1 %</b>       | <b>1,4 %</b>        |
| Kurzové vplyvy                            | -3,8 %              | -1,0 %              |
| <b>Upravené o kurzové vplyvy</b>          | <b>-0,4 %</b>       | <b>2,4 %</b>        |
| Akvizície/odpredaje                       | -1,7 %              | 1,3 %               |
| <b>Organický</b>                          | <b>1,3 %</b>        | <b>1,1 %</b>        |
| z toho cena                               | 1,0 %               | 0,6 %               |
| z toho objem                              | 0,3 %               | 0,5 %               |

Pozitívny vývoj organického obratu obchodnej divízie Adhesive Technologies v prvom štvrťroku bol spôsobený najmä výsledkami v oblasti **mobility a elektronického** priemyslu, v ktorej dosiahla silné zvýšenie organického obratu na úrovni 3,1 percenta. K uvedenému rastu prispeli segmenty elektronického a dodávateľského priemyslu, zatiaľ čo segment automobilového priemyslu zaznamenal pokles spôsobný náročnými trhovými podmienkami. Organický vývoj obratu na úrovni -0,4 percenta v obchodnom segmente **obalového a spotrebného tovaru** bol celkovo mierne negatívny. Segment obalových materiálov vykázal stabilný vývoj, ktorý bol podporený pokračujúcim oživením dopytu. Segment spotrebného tovaru zaznamenal v porovnaní s rovnakým štvrťrokom predchádzajúceho roka mierny pokles. Organický rast obratu v trhovom segmente výrobkov pre **remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov** sa medziročne nepatrne zvýšili o 0,4 percenta. K rastu prispeli predovšetkým trhoví segment výrobkov pre spotrebiteľov a remeselníkov a segment stavebníctva, ktoré dosiahli pozitívny rast.

## Obrat podľa obchodnej oblasti

| v miliónoch eur       | Obrat               |                     | +/-   | Organický |
|-----------------------|---------------------|---------------------|-------|-----------|
|                       | 1. štvrťrok<br>2024 | 1. štvrťrok<br>2025 |       |           |
| Adhesive Technologies | 2 677               | 2 715               | 1,4 % | 1,1 %     |

## Obrat podľa obchodnej oblasti

| v miliónoch eur                          | Obrat               |                     | +/-    | Organický |
|------------------------------------------|---------------------|---------------------|--------|-----------|
|                                          | 1. štvrťrok<br>2024 | 1. štvrťrok<br>2025 |        |           |
| Mobilita a elektronický priemysel        | 946                 | 966                 | 2,1 %  | 3,1 %     |
| Obaly a spotrebný tovar                  | 838                 | 804                 | -4,1 % | -0,4 %    |
| Remeselníci, profesionáli a stavebníctvo | 893                 | 945                 | 5,9 %  | 0,4 %     |

Organický vývoj obratu obchodnej divízie Adhesive Technologies bol z pohľadu jej regionálneho pôsobenia celkovo zmiešaný. V **Európe** obrat organicky zaostal za úrovňami z rovnakého štvrťroka predchádzajúceho roka hlavne v dôsledku vývoja v segmente výrobkov pre remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov. V celkovo náročných trhových podmienkach sa obrat v **Severnej Amerike** v prvom štvrťroku znížil najmä pod vplyvom nepriaznivého vývoja v oblastiach mobility a elektronického priemyslu a obalového a spotrebného tovaru. Veľmi silný organický rast obratu zaznamenal región **IMEA**, na ktorom sa podieľalo predovšetkým dvojciferné zvýšenie organického obratu v segmente výrobkov pre remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov. Podobne veľmi silný rast zaznamenal aj región **Latinskej Ameriky**, kde bol jeho hlavným zdrojom predovšetkým dvojciferný rast obratu v oblasti mobility a elektronického priemyslu. K tomuto vývoju prispeli aj segmenty obalového a spotrebného tovaru a výrobkov pre remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov, ktoré vykázali veľmi silný rast. Trhy **ázijsko-pacifického** regiónu zaznamenali výrazný rast hlavne vďaka dvojcifernému rastu obratu v segmente elektronického priemyslu v Číne.

## Obrat divízie Consumer Brands

**Obrat** obchodnej divízie Consumer Brands dosiahol v **prvom štvrťroku 2025** celkovú hodnotu 2 484 miliónov eur, čo v porovnaní s rovnakým štvrťrokom predchádzajúceho roka predstavuje **nominálny** pokles o 4,6 percenta. **Organicky** (t. j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredaja) sa obrat znížil o 3,5 percenta. Obchodná divízia zaznamenala v porovnaní s prvým štvrťrokom 2024 dobrý vývoj v oblasti cien, ale objem predajov sa podľa očakávaní znížil, a to najmä z dôvodu útlmu spotrebiteľských nálad a znižovania zásob maloobchodných odberateľov – predovšetkým v Severnej Amerike –, ktoré boli ešte znásobené problémami v dodávateľskom reťazci. Negatívny vplyv kurzového vývoja na obrat dosiahol -2,0 percenta, zatiaľ čo akvizície a odpredaje mali na vývoj obratu pozitívny vplyv na úrovni 0,8 percenta.

## Obrat divízie Consumer Brands

| v miliónoch eur                           | 1. štvrťrok<br>2024 | 1. štvrťrok<br>2025 |
|-------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Obrat</b>                              | <b>2 605</b>        | <b>2 484</b>        |
| Podiel na obrate skupiny                  | 49 %                | 47 %                |
| <b>Zmena oproti predchádzajúcemu roku</b> | <b>-6,0 %</b>       | <b>-4,6 %</b>       |
| Kurzové vplyvy                            | -4,0 %              | -2,0 %              |
| <b>Upravené o kurzové vplyvy</b>          | <b>-2,0 %</b>       | <b>-2,7 %</b>       |
| Akvízie/odpredaje                         | -7,2 %              | 0,8 %               |
| <b>Organický</b>                          | <b>5,2 %</b>        | <b>-3,5 %</b>       |
| z toho cena                               | 6,2 %               | 2,0 %               |
| z toho objem                              | -1,0 %              | -5,5 %              |

Organický obrat v segmente **pracích a čistiacich prostriedkov** pre domácnosť zaznamenal sa znížil o 4,1 percenta. Negatívny vývoj v kategórii pracích prostriedkov bol spôsobený predovšetkým poklesom pri výrobkoch na pranie, zatiaľ čo výrobky na starostlivosť o oblečenie zaznamenali veľmi silný rast. Naopak, segment čistiacich prostriedkov pre domácnosť zaznamenal organické zvýšenie obratu, ku ktorému prispel hlavne výrazný rast obratu v kategórii prípravkov na umývanie riadu.

V segmente **vlasovej kozmetiky** došlo k poklesu organického obratu o 1,6 percenta. Pozitívny rast sa prejavil v segmente spotrebného tovaru, ku ktorému prispel predovšetkým vývoj v kategóriách farieb na vlasy a stylingových vlasových prípravkov. Vývoj v segmente profesionálnej vlasovej kozmetiky celkovo zaostal za úrovňami z rovnakého štvrťroka predchádzajúceho roka, čo bolo spôsobené hlavne poklesom obratu v dôsledku problémového spotrebiteľského prostredia na severoamerických trhoch.

V kategórii **iného spotrebného tovaru** došlo k poklesu organického obratu o 6,8 percenta, ktorého hlavnou príčinou bol negatívny vývoj v kategórii výrobkov telovej kozmetiky v Severnej Amerike a Európe.

## Obrat podľa obchodnej oblasti

| v miliónoch eur               | Obrat               |                     | +/-     | Organický |
|-------------------------------|---------------------|---------------------|---------|-----------|
|                               | 1. štvrťrok<br>2024 | 1. štvrťrok<br>2025 |         |           |
| Consumer Brands               | 2 605               | 2 484               | -4,6 %  | -3,5 %    |
| Pracie a čistiace prostriedky | 1 661               | 1 550               | -6,7 %  | -4,1 %    |
| Starostlivosť o vlasy         | 781                 | 792                 | 1,4 %   | -1,6 %    |
| Iný spotrebný tovar           | 163                 | 142                 | -12,6 % | -6,8 %    |

Z pohľadu regionálneho pôsobenia zaostal vývoj obratu za úrovňou predchádzajúceho roka vo všetkých regiónoch okrem regiónu IMEA. Región **IMEA** zaznamenal celkovo silné zvýšenie organického obratu, za ktorým bol výrazný organický rast obratu v segmente vlasovej kozmetiky a pozitívny vývoj v segmente pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť. V **Európe**, na druhej strane, došlo k poklesu, ktorý bol spôsobený vývojom v segmente pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť, zatiaľ čo segment vlasovej kozmetiky zaznamenal pozitívny rast. Rast obratu v **Severnej Amerike** a na **ázijsko-pacifických trhoch** zaostal za minuloročnou úrovňou vo všetkých obchodných oblastiach a segmentoch. Z dôvodu nepriaznivého vývoja v segmente pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť aj celkové výsledky v **latinskoamerickom** regióne zaostali za úrovňou z predchádzajúceho roka. Naopak, segment vlasovej kozmetiky zaznamenal veľmi silný organický rast obratu.

## Čisté aktíva a finančná pozícia skupiny

V čistých aktívach a finančnej pozícii skupiny nedošlo v sledovanom období k žiadnym podstatným zmenám v porovnaní so situáciou k 31. decembru 2024.

## Výhľad na úrovni skupiny Henkel

Spoločnosť Henkel v aktuálnom roku aj naďalej očakáva **organický rast obratu** na úrovni skupiny v rozsahu 1,5 až 3,5 percenta. V prípade obchodnej divízie Adhesive Technologies sa očakáva organický rast obratu v rozsahu 2,0 až 4,0 percenta. Pri obchodnej divízii Consumer Brands očakávame zvýšenie organického obratu o 1,0 až 3,0 percenta.

**Upravená výnosnosť predaja (upravená marža EBIT)** by sa mala aj naďalej pohybovať v pásme od 14,0 do 15,5 percenta. V prípade divízie Adhesive Technologies sa upravená výnosnosť predaja očakáva v rozsahu od 16,0 do 17,5 percenta a v prípade Consumer Brands od 13,5 do 15,0 percenta.

Pri **upravenom výnose na prioritnú akciu (EPS)** pri konštantných kurzových sadzbách naďalej očakávame jeho zvýšenie v spodnej až hornej polovici jednociferného percentuálneho pásma.

Okrem toho v roku 2025 očakávame nasledovný vývoj:

- Akvizície/odpredaje: negatívny vplyv na nominálny rast obratu v dolnej polovici jednociferného percentuálneho pásma
- Vplyv kurzových sadzieb na obrat: neutrálny až negatívny vplyv v dolnej polovici jednociferného percentuálneho pásma
- Ceny priamych vstupných surovín: zvýšenie až do polovice jednociferného percentuálneho pásma v porovnaní s priemerom cien za predchádzajúci rok
- Reštrukturalizačné výdavky vo výške 200 až 250 miliónov eur
- Záporné peňažné toky z investícií do budov, strojov a zariadení a do nehmotného majetku vo výške 650 až 750 miliónov eur

### 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, tmelmi 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 2024 vykázala spoločnosť Henkel obrat vo výške viac než 21,6 mld. eur a upravený prevádzkový zisk približne vo výške 3,1 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 47 000 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

HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. pôsobí na slovenskom trhu od roku 1991 a zastrešuje obe obchodné divízie spoločnosti – Henkel Consumer Brands a Henkel Adhesive Technologies. Významnou súčasťou je aj GBS<sup>+</sup> Bratislava – najväčšia expertná pobočka skupiny Henkel na svete. Od svojho založenia v roku 2006 poskytuje služby naprieč Európou a ďalšími regiónmi vo viac ako 30 jazykoch a zamestnáva vyše 1 600 odborníkov. Spolu s lokálnym obchodným zastúpením, ktoré ponúka viac než 50 značiek, má Henkel na Slovensku viac ako 1 900 zamestnancov. Spoločnosť je osem rokov po sebe ocenená titulom Najzamestnávateľ v kategórii Centrál zdieľaných služieb. Taktiež získala množstvo uznaní za svoj prístup k diverzite, rovnosti a inklúzii, udržateľnosti, starostlivosti o zdravie zamestnancov a inovatívnej komunikácii. Viac informácií nájdete na stránke [www.henkel.sk](http://www.henkel.sk).

*Tento dokument obsahuje stanoviská týkajúce sa budúceho obchodného vývoja, finančných výsledkov a ďalších udalostí alebo skutočností relevantných pre spoločnosť Henkel z pohľadu budúceho rozvoja. Stanoviská týkajúce sa budúceho vývoja charakterizuje použitie takých slovných zvrátov ako „očakávať“, „zamýšľať“, „plánovať“, „predpokladať“, „domnievať sa“, „odhadovať“ a podobných výrazov. Takéto stanoviská sa opierajú o aktuálne odhady a predpoklady vypracované manažmentom spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA. Tieto stanoviská nie je možné chápať ako zaručujúce akýmkoľvek spôsobom, že dané predikcie sú presné. Budúca výkonnosť ako aj reálne dosiahnuté výsledky spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA a jej sesterských spoločností závisia od celého radu rizikových faktorov a neistôt, a preto sa môžu podstatne odkláňať od výhľadových stanovísk (tak negatívne, ako aj pozitívne). Na mnohé z nich spoločnosť Henkel nemá priamy dosah a vopred ich nie je možné presne odhadnúť, ako napríklad, aké bude ekonomické prostredie v budúcnosti a aké budú kroky konkurentov a iných subjektov pôsobiacich na trhu. Spoločnosť Henkel nemá v úmysle a ani neprijme kroky na účely aktualizácie týchto stanovísk.*

*Tento dokument obsahuje doplňujúce finančné ukazovatele, ktoré nie sú jednoznačne definované v platnom rámci finančného výkazníctva, ktoré predstavujú alebo môžu predstavovať alternatívne ukazovatele finančnej výkonnosti. Tieto doplňujúce finančné ukazovatele by sa nemali vykladať osobitne alebo ako alternatívne ukazovatele k ukazovateľom čistých aktív a finančnej pozície spoločnosti Henkel alebo k výsledkom podnikania, ktoré sú v súlade s platným rámcom finančného výkazníctva prezentované v konsolidovanej účtovnej závierke spoločnosti. Iné spoločnosti, ktoré vykazujú alebo uvádzajú alternatívne ukazovatele výkonnosti s podobnými názvami, môžu počítať ich hodnoty odlišne.*

*Tento dokument slúži výlučne na informačné účely a nepredstavuje investičnú radu ani ponuku na predaj alebo kúpu akýchkoľvek cenných papierov.*

## Finančný kalendár

### Zverejnenie správy za prvý polrok 2025:

Štvrtok 7. augusta 2025

### Zverejnenie štvrťročnej správy za 3. štvrťrok 2025:

Štvrtok 6. novembra 2025

### Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Riaditeľka korporátnej komunikácie CEE

Telefón: +421 917 160 597

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