7. august 2025

Henkel očakáva profitabilný rast vo finančnom roku 2025

Spoločnosť Henkel v prvom polroku zrýchlila rast obratu, zlepšila maržu a zvýšila výnosy

* **Obrat na úrovni skupiny za prvý polrok organicky zostal približne na úrovni predchádzajúceho roka: 10,4 miliardy eur (organicky -0,1 percenta; 2. štvrťrok: +0,9 percenta)**
* **Prevádzkový zisk (EBIT)\* sa zvýšil na 1 614 miliónov eur (+0,2 percenta)**
* **Marža EBIT\* sa zlepšila na 15,5 percenta (+60 bázických bodov)**
* **Výnos na prioritnú akciu (EPS)\* sa zvýšil na 2,81 eur,
+5,0 percent pri konštantných kurzových sadzbách**
* **Ďalší pokrok v implementácii agendy pre zmysluplný rast**
	+ Jednoznačné zameranie na globálne megatrendy posilňuje konkurencieschopnosť a odolnosť divízie Adhesive Technologies v náročnom trhovom prostredí
	+ Výrazné zvýšenie objemu predaja v divízii Consumer Brands – top 10 značiek zaznamenalo pozitívny rast organického obratu
* **Aktualizovaný výhľad na finančný rok 2025:**
* Rast organického obratu: od 1,0 do 2,0 percent (pôvodne: 1,5 až 3,5 percenta)
* Upravená výnosnosť predaja: od 14,5 do 15,5 percenta (pôvodne: 14,0 až 15,5 percenta)
* Upravený výnos na prioritnú akciu (EPS): zvýšenie v nízkom až vysokom jednocifernom percentuálnom pásme pri konštantných kurzových sadzbách (bez zmeny)

Düsseldorf – Po slabšom nástupe do aktuálneho roka zaznamenala spoločnosť Henkel v prvom polroku 2025 zrýchlenie rastu organického obratu, za ktorým stoja zlepšené výsledky v priebehu druhého štvrťroka. Zároveň sa jej podarilo výrazne zvýšiť svoju ziskovosť. *„K zvýšeniu rastu organického obratu prispeli obidve obchodné divízie, ale predovšetkým postupný nárast objemu predaja divízie Consumer Brands. Spoločne s pozitívnym cenovým vývojom tak výrazne prispela k rastu organického obratu v druhom štvrťroku.* *Obchodná divízia Adhesive Technologies dosiahla za prvých šesť mesiacov kladný rast organického obratu, a to vďaka vyrovnanému vývoju v oblasti cien aj objemu predaja,“* povedal predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Carsten Knobel.

 *„Okrem toho sa nám v prvom polroku podarilo výrazne zvýšiť našu maržu EBIT. Za uvedeným zlepšením boli predovšetkým veľmi silné hrubé marže obidvoch obchodných divízií a priaznivý mix obchodných činností. Zároveň sa nám ďalej darilo zlepšovať svoju efektivitu, vďaka čomu sme na dobrej ceste, aby sme naplnili, či dokonca prekročili ciele v oblasti úspor stanovené pre divíziu Consumer Brands. Rovnako sme pokračovali v investovaní do našich značiek a technológií s cieľom posilniť náš budúci rastový potenciál,“* zdôraznil Carsten Knobel.

**Aktualizovaný výhľad na finančný rok 2025**

Na základe dosiahnutých obchodných výsledkov za prvý polrok 2025 a predpokladov na zvyšné obdobie roka spoločnosť Henkel aktualizovala výhľad na finančných rok 2025.

 *„Vo finančnom roku 2025 očakávame ďalší rast ziskovosti a v druhej polovici roka ešte výraznejší rast obratu. Aktualizovaný výhľad na jednej strane zohľadňuje vplyv náročného makroekonomického prostredia na vývoj organického obratu našich dvoch obchodných divízií, na druhej strane, očakávané zvýšenie ziskovosti odráža pozitívny vývoj našej hrubej marže, prínosy vyplývajúce z optimalizácie portfólia a zlepšenie efektívnosti v rámci celej spoločnosti. Aktualizovaný výhľad i naďalej zohľadňuje dopady globálnych colných dohôd, ktoré je možné v súčasnosti predpokladať, a vo všeobecnosti korešponduje s aktuálnymi trhovými očakávaniami týkajúcimi sa vývoja podnikania spoločnosti Henkel v priebehu roka,“* povedal Carsten Knobel na vysvetlenie aktualizovaného výhľadu.

Pre aktuálny finančný rok spoločnosť Henkel v súčasnosti očakáva rast organického obratu v rozsahu 1,0 až 2,0 percent (pôvodne: 1,5 až 3,5 percenta). V prípade obchodnej divízie Adhesive Technologies sa momentálne očakáva rast organického obratu v rozsahu 2,0 až 3,0 percent (pôvodne: 2,0 až 4,0 percentá), pri divízii Consumer Brands sa očakáva zvýšenie organického obratu o 0,5 až 1,5 percenta (pôvodne: 1,0 až 3,0 percentá). Očakávaná **upravená výnosnosť predaja** (upravená marža EBIT) bola zároveň zvýšená na úroveň 14,5 až 15,5 percenta (pôvodne: 14,0 až 15,5 percenta). V prípade divízie Adhesive Technologies sa aktuálne predpokladá upravená výnosnosť predaja v rozsahu 16,5 až 17,5 percenta (pôvodne: 16,0 až 17,5 percenta) a v prípade divízie Consumer Brands v rozsahu 14,0 až 15,0 percent (pôvodne 13,5 až 15,0 percent). Pri **upravenom výnose na prioritnú akciu** (EPS) pri konštantných kurzových sadzbách spoločnosť Henkel naďalej očakáva zvýšenie v spodnej až hornej polovici jednociferného percentuálneho pásma.

**Vývoj obratu a výnosov v prvom polroku finančného roka 2025**

**Obrat** spoločnosti Henkel **na úrovni skupiny** dosiahol v prvom polroku 2025 hodnotu 10 402 miliónov eur, čo v nominálnom vyjadrení predstavuje pokles na úrovni 3,8 percenta (2. štvrťrok: 5 160 miliónov eur, -6,1 percenta). Kurzové vplyvy znížili obrat o 2,8 percenta (2. štvrťrok: -4,1 percenta), akvizície a odpredaje prispeli k jeho zníženiu o ďalších 0,9 percenta (2. štvrťrok: -2,9 percenta). Kým odpredaj maloobchodných značiek v Severnej Amerike v apríli 2025 mal na obrat negatívny vplyv, akvizície realizované v minulom roku v obidvoch obchodných divíziách – Seal for Life and Vidal Sassoon – mali pozitívny prínos. V **organickom** vyjadrení (t.j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyv akvizícií a odpredajov) bol obrat za prvý polrok približne na úrovni rovnakého obdobia predchádzajúceho roka (-0,1 percenta) (2. štvrťrok: +0,9 percenta). K uvedenému vývoju prispel pozitívny cenový vývoj v obidvoch obchodných divíziách. Objem predaja na úrovni skupiny v prvom polroku mierne klesol. Hlavnou príčinou boli najmä náročné geopolitické a makroekonomické podmienky, ktoré poznačili tak priemyselný dopyt, ako aj spotrebiteľské nálady predovšetkým na severoamerických trhoch v prvom štvrťroku.

Obchodná divízia **Adhesive Technologies** dosiahla v prvom polroku 2025 pozitívny rast organického obratu na úrovni 1,2 percenta, ku ktorému prispeli najmä výsledky v trhovom segmente mobilita a elektronický priemysel (2. štvrťrok: +1,3 percenta). Obchodná divízia **Consumer Brands** zaznamenala zníženie organického obratu o 1,6 percenta (2. štvrťrok: +0,4 percenta). Kým v segmente vlasovej kozmetiky dosiahla pozitívny rast organického obratu, v segmentoch pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť a iného spotrebného tovaru organický obrat klesol.

V regiónoch **Európa** a **Severná Amerika** došlo k poklesu organického obratu o 1,9 percenta (2. štvrťrok: -1,8 percenta), resp. o 3,4 percenta (2. štvrťrok: -1,2 percenta) predovšetkým z dôvodu zložitého geopolitického a makroekonomického vývoja. Naopak v regióne **IMEA** (India, Stredný východ, Afrika) sa spoločnosti Henkel podarilo dosiahnuť výrazný rast organického obratu vo výške 9,1 percenta (2. štvrťrok: +13,9 percenta). Pozitívny rast organického obratu dosiahol v regióne **Latinskej Ameriky** úroveň 0,4 percenta (2. štvrťrok: -0,6 percenta), v **ázijsko-pacifickom** regióne sa organický obrat zvýšil o výrazné 3,4 percenta (2. štvrťrok: +3,1 percenta).

**Upravený prevádzkový zisk (upravený EBIT)** sa mierne zvýšil z 1 610 miliónov eur v prvom polroku 2024 na aktuálnych 1 614 miliónov eur.

**Upravená výnosnosť predaja (upravená marža EBIT)** sa na úrovni skupiny Henkel zvýšila o 60 bázických bodov z úrovne 14,9 percenta na 15,5 percenta.

**Výnos na prioritnú akciu** sa zvýšil na hodnotu 2,66 eura (predchádzajúci rok: 2,46 eura). Upravený výnos na prioritnú akciu sa zvýšil o 1,1 percenta na hodnotu 2,81 eura v porovnaní s 2,78 eura v rovnakom období predchádzajúceho roka. Pri konštantných kurzových sadzbách predstavovalo zvýšenie upraveného výnosu na prioritnú akciu 5,0 percenta.

Pomer **čistého prevádzkového kapitálu** k obratu sa v druhom štvrťroku medziročne zvýšil o 0,8 percentuálneho bodu, z hodnoty 5,2 percenta and 6,0 percent.

**Voľný cash flow** v hodnote 485 miliónov eur bol nižší v porovnaní s prvým polrokom 2024 (772 miliónov eur) okrem iného aj z dôvodu vyššieho čistého prevádzkového kapitálu a vyšších platieb za investície do nehnuteľností, strojov a zariadení a nehmotného majetku.

K 30. júnu 2025 bola **čistá finančná pozícia** na úrovni -494 miliónov eur (k 31. decembru 2024: -93 miliónov eur).

**Výsledky obchodných divízií za prvý polrok 2025**

**Obrat** obchodnej divízie Adhesive Technologies sa v prvom polroku 2025 **organicky** zvýšil o 1,2 percenta (2. polrok: 1,3 percenta). K uvedenému zvýšeniu prispel vyrovnaný pozitívny vývoj tak v cenovej oblasti, ako aj v objeme predaja. V nominálnom vyjadrení dosiahol obrat hodnotu 5 416 miliónov eur a mierne zaostal za úrovňou z rovnakého obdobia predchádzajúceho roka, a to o 1,1 percenta (2. štvrťrok: 2 701 miliónov eur).

K pozitívnemu rastu organického obratu obchodnej divízie Adhesive Technologies v prvom polroku prispel predovšetkým vývoj v trhovom segmente **mobility a elektronického priemyslu**, ktorý zaznamenal solídne zvýšenie organického obratu na úrovni 2,8 percenta (2. štvrťrok: +2,5 percenta). K uvedenému rastu prispeli dvojciferný rast organického obratu v odvetví elektronického priemyslu a veľmi silný rast organického obratu v odvetví dodávateľského priemyslu. Naopak segment automobilového priemyslu zaznamenal pokles spôsobený náročným trhovým prostredím. Trhový segment **obalového a spotrebného tovaru** zaznamenal stabilný rast organického obratu (2. štvrťrok: +0,4 percenta). Mierny pokles organického obratu v kategórii obalového tovaru bol kompenzovaný zvýšením organického obratu v kategórii spotrebného tovaru. Trhový segment výrobkov pre **remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov** dosiahol rast organického obratu vo výške 0,6 percenta (2. polrok: +0,8 percenta). K uvedenému rastu prispelo predovšetkým solídne zvýšenie organického obratu v kategórii výrobkov pre stavebníctvo. Kategórie výrobkov pre spotrebiteľov a remeselníkov a pre výrobu a údržbu zaznamenali v porovnaní s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka stabilný vývoj.

**Upravený prevádzkový zisk** vo výške 931 miliónov eur mierne zaostal za úrovňou z predchádzajúceho roka. **Upravená výnosnosť predaja** (upravená marža EBIT) sa však zvýšila na 17,2 percenta v porovnaní so 17,0 percentami z rovnakého obdobia predchádzajúceho roka, najmä vďaka priaznivému mixu obchodných aktivít.

Rast **organického** obratu obchodnej divízie **Consumer Brands** sa v prvom polroku 2025 medziročne znížil o 1,6 percenta (2. štvrťrok: +0,4 percenta). V nominálnom vyjadrení **obrat** dosiahol výšku 4 907 miliónov eur (2. štvrťrok: 2 422 miliónov eur), čo predstavuje medziročný pokles o 6,8 percenta. V porovnaní s prvým polrokom 2024 zaznamenala obchodná divízia pozitívny cenový vývoj, ale čelila poklesu v objeme predaja, ktorého hlavnou príčinou boli náročné podmienky na kľúčových trhoch v Severnej Amerike a Európe.

Organický obrat v segmente **pracích a čistiacich prostriedkov** pre domácnosť sa v prvej polovici roka znížil o 2,6 percenta (2. štvrťrok: -0,9 percenta). Segment čistiacich prostriedkov na starostlivosť o domácnosť zaznamenal rast organického obratu, ktorý potiahla najmä kategória výrobkov na umývanie riadu s veľmi silným rastom organického obratu. Naopak, organický obrat klesol v kategórii pracích prostriedkov. Trhový segment **vlasovej kozmetiky** dosiahol za prvých šesť mesiacov tohto roka 0,9 percentný rast organického obratu (2. štvrťrok: +3,2 percenta). Segment spotrebného tovaru zaznamenal kladný rast organického obratu najmä vďaka veľmi silným výsledkom v kategórii farieb na vlasy a pozitívnemu vývoju v kategórii stylingových vlasových prípravkov. V segmente profesionálnej vlasovej kozmetiky došlo k miernemu zníženiu organického obratu, ktorého príčinou bolo náročné spotrebiteľské prostredie predovšetkým v regióne Severnej Ameriky. V kategórii **iného spotrebného tovaru** sa organický obrat v prvom polroku znížil o 4,2 percenta (2. štvrťrok: -1,7 percenta), pričom hlavným dôvodom bol nepriaznivý vývoj v kategórii výrobkov telovej kozmetiky v Severnej Amerike a Európe.

**Upravený prevádzkový zisk** vo výške 748 miliónov eur mierne zaostal za úrovňou z rovnakého obdobia predchádzajúceho roka. **Upravená výnosnosť predaja** (upravená marža EBIT) zaznamenala významné medziročné zvýšenie zo 14,3 na 15,3 percenta. K uvedenému vývoju prispeli predovšetkým pokračujúca úprava produktového portfólia a úspory, ktoré sa podarilo dosiahnuť optimalizáciou dodávateľského reťazca.

**Ďalší pokrok v implementácii agendy pre zmysluplný rast**

V prvom polroku 2025 pokračovala spoločnosť Henkel v úspešnej realizácii strategických priorít svojej agendy pre zmysluplný rast, v ktorej sa jej darí spoľahlivo napredovať.

V rámci obchodnej divízie **Adhesive Technologies** sa spoločnosť Henkel jednoznačne zameriava na globálne megatrendy v oblasti mobility, konektivity, digitalizácie, urbanizácie a trvalej udržateľnosti, ktoré jej pomáhajú posilňovať konkurencieschopnosť a odolnosť aj v existujúcich náročných trhových podmienkach. V rámci trvalej udržateľnosti spoločnosť Henkel napríklad podporuje svojich zákazníkov a odberateľov naprieč rôznymi priemyselnými odvetviami pri napĺňaní ich cieľov v oblasti udržateľnosti prostredníctvom účinných a environmentálne efektívnych riešení. V obchodnej divízii **Consumer Brands** spoločnosť Henkel ďalej pokračuje v racionalizácii jej portfólia. Top 10 značiek tejto divízie v súčasnosti generuje približne 60 percent jej obratu. Týchto top 10 značiek zaznamenalo v druhom štvrťroku rast organického obratu o viac než 3 percentá, ktorý bol výsledkom vyváženého kladného vývoja tak v oblasti cien, ako aj objemu predaja.

S cieľom ďalej posilňovať svoju **konkurencieschopnosť** sa spoločnosť Henkel zameriava na silnú podporu **inovácií** v atraktívnych obchodných oblastiach. Inovácie sa podieľali na raste obidvoch obchodných divízií aj v prvom polroku 2025. Obchodná divízia **Adhesive Technologies** dosahuje dvojciferný rast v kategórii kovových obalov vďaka jednoznačnej orientácii na udržateľné inovácie zamerané na zákazníka, čím sa jej darí prekonávať trhové očakávania. Jedným z príkladov z tohto segmentu je čistiaci prostriedok na plechovky s nízkou penivosťou a účinnosťou pri nízkych teplotách, ktorý uviedla na trh ako prvá. Toto inovatívne riešenie prináša významné energetické úspory a nižšiu spotrebu vody až o 25 percent, čím prispieva k efektívnej a udržateľnej výrobe plechovkových obalov. V priebehu posledných troch rokov sa spoločnosti Henkel podarilo strojnásobiť veľkosť svojho podnikania v tomto segmente. Obchodná divízia **Consumer Brands** pokračovala v uvádzaní novej značky Creme Supreme na ďalších trhoch, ktoré v druhom polroku prispelo k výraznému rastu v kategórii spotrebiteľských prípravkov na farbenie vlasov. Creme Supreme je prvá farba na vlasy, ktorá sa o ne zároveň stará vďaka inovatívnej bondingovej technológii, ktorá prostredníctvom mikrospojení posilňuje štruktúru vlasu a lepšie drží vlasové vlákna pokope. Zároveň okolo vlasu vytvára ochrannú vrstvu, ktorá ho ochraňuje pred lámaním.

 *„Po pomalom štarte do fiškálneho roka 2025 sa nám v druhom štvrťroku podarilo významne zvýšiť obrat, predovšetkým v rámci spotrebiteľských trhových segmentov. Zároveň sme pokračovali vo výraznom zvyšovaní ziskovosti v obidvoch obchodných divíziách,*“ povedal Carsten Knobel. *„Z toho jasne vidieť, že transformácia spoločnosti Henkel je už teraz úspešná. V transformácii budeme ďalej pokračovať, aby sme si z dlhodobého hľadiska vylepšili svoju pozíciu a zvýšili konkurencieschopnosť. Spoločnosť transformujeme, aby bola v budúcnosti úspešná, a s jasne definovanou stratégiou sme na dobrej ceste k ďalšiemu profitabilnému rastu.“*

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+ 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 Centrá 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).

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Riaditeľka korporátnej komunikácie CEE

Telefón: +421 917 160 597

E-mail: zuzana.kanuchova@henkel.com