



Tisková zpráva

6. listopad 2025

Čtvrtletní zpráva za 3. čtvrtletí 2025

Červenec – září

Obě obchodní divize s kladným růstem organického obratu

Vyšší růst organického obratu ve 3. čtvrtletí a pozitivní vývoj objemu prodeje v obou obchodních divizích

- **Obrat na úrovni skupiny: 5,1 miliardy eur, organický růst o 1,4 procenta**
- **Divize Adhesive Technologies: růst organického obratu na úrovni 2,5 procenta s pozitivním vývojem objemu i cen**
- **Divize Consumer Brands: růst organického obratu na úrovni 0,4 procenta díky pozitivnímu vývoji objemu prodeje navzdory pokračujícímu útlumu spotřebitelské poptávky**
- **Ke kladnému růstu organického obratu v Severní Americe přispěly obě obchodní divize**
- **Integrace podnikatelských aktivit divize Consumer Brands bude úspěšně dokončena do konce roku**
- **Celoroční výhled: odhadovaná pásma beze změny**

Düsseldorf, 6. listopad 2025 – Ve **třetím čtvrtletí 2025** zaznamenala společnost Henkel robustní růst obratu navzdory přetrvávajícím náročným tržním podmínkám – jak z hlediska průmyslové poptávky, tak globálního poklesu spotřebitelské důvěry – dosáhl celkový obrat skupiny přibližně 5,1 miliardy eur. Tento údaj odpovídá organickému růstu ve výši 1,4 procenta. Nárůst obratu skupiny byl podporován především celkovým pozitivním vývojem objemu prodeje ve spojení se stabilním vývojem cen.

„Růst obratu ve třetím čtvrtletí pokračoval v souladu s očekáváním. Ačkoli vedoucí roli *sehrála obchodní divize Adhesive Technologies, pozitivní růst organického obratu zaznamenala také obchodní divize Consumer Brands. Z regionálního hlediska je obzvláště*



pozoruhodný pozitivní vývoj obratu v Severní Americe, k němuž přispěly obě obchodní divize. To potvrzuje účinnost našich opatření," uvedl Carsten Knobel, předseda představenstva společnosti Henkel.

„Kromě toho se ve třetím čtvrtletí dařilo výnosům a my jsme pokračovali v důsledných investicích do našich obchodních aktivit a značek. Také pokračujeme v úspěšné integraci našich obchodních aktivit v rámci divize Consumer Brands, která by měla být dokončena do konce roku, jak jsme již oznámili. Očekáváme, že do konce aktuálního finančního roku dosáhneme úspor nákladů v celkové výši nejméně 525 milionů eur," dodal Carsten Knobel.

„Výhled na celý rok 2025 zůstává nezměněn, i když na světových trzích přetrvává nejistota a náročné podmínky. Nadále očekáváme, že upravená marže EBIT a růst upraveného výnosu na prioritní akci při konstantních kurzovních sazbách se budou pohybovat bezpečně v rámci našich současných výhledů. Pokud se však celkové ekonomické prostředí do konce roku výrazně nezlepší, očekáváme, že růst organického obratu na úrovni skupiny bude na spodní hranici současného výhledu v rozmezí 1 až 2 procent," dodal Carsten Knobel.

Vývoj obratu dle obchodních divizí

v milionech eur		Obrat		
Třetí čtvrtletí	3. čtvrtlet í 2024	3. čtvrtlet í 2025	+/-	Organický
Skupina Henkel	5 492	5 147	-6,3 %	1,4 %
Adhesive Technologies	2 800	2 708	-3,3 %	2,5 %
Consumer Brands	2 653	2 402	-9,5 %	0,4 %
Leden - září	1-9/2024	1-9/2025		
Skupina Henkel	16 305	15 549	-4,6 %	0,4 %
Adhesive Technologies	8 275	8 124	-1,8 %	1,6 %
Consumer Brands	7 919	7 308	-7,7 %	-1,0 %

Obchodní divize **Adhesive Technologies** zaznamenala ve třetím čtvrtletí pozitivní růst organického obratu, k němuž přispěli zejména obchodní segment mobility a elektronického průmyslu a segment výrobků pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály. Pozitivní růst

organického obratu divize **Consumer Brands** byl tažen především segmentem vlasové kosmetiky a produktů.

Obrat na úrovni skupiny

Ve třetím čtvrtletí 2025 se obrat skupiny nominálně snížil o 6,3 procenta na hodnotu 5 147 milionů eur. Akvizice a odprodeje měly negativní dopad na obrat ve výši 2,9 procenta, zatímco negativní vliv kurzových rozdílů činil 4,8 procenta. **Organicky** (tj. po očištění o vliv kurzových rozdílů a dopad akvizic a odprodejů) se obrat zvýšil o 1,4 procenta. Na úrovni skupiny přispěli k uvedenému růstu stabilní vývoj cen i celkově dobrý vývoj objemu prodeje.

V **prvních devíti měsících roku 2025** dosáhl celkový **obrat** 15 549 milionů eur. Ačkoli to v **nominálním** vyjádření představuje pokles o 4,6 procenta, společnosti Henkel se podařilo **organicky** zvýšit obrat o 0,4 procenta díky pozitivnímu vývoji cen. Naopak objem prodeje na úrovni skupiny mírně poklesl.

Obrat na úrovni skupiny

v milionech eur	3. čtvrtletí 2024	3. čtvrtletí 2025	1–9/2024	1–9/2025
Obrat	5 492	5 147	16 305	15 549
Změna oproti předchozímu roku	1,0 %	-6,3 %	-0,4 %	-4,6 %
Vlivy směnných kurzů	-3,6 %	-4,8 %	-2,4 %	-3,5 %
Očištěno o vliv kurzových rozdílů	4,5 %	-1,5 %	2,1 %	-1,2 %
Akvizice/odprodeje	1,2 %	-2,9 %	-1,0 %	-1,6 %
Organický	3,3 %	1,4 %	3,0 %	0,4 %
z toho cena	2,1 %	-0,1 %	2,4 %	0,9 %
z toho objem	1,2 %	1,5 %	0,6 %	-0,4 %

Růst organického obratu ve **třetím čtvrtletí** potáhly zejména trhy v **Severní Americe**, v regionu **IMEA** (Indie, Střední východ, Afrika) a v **asijsko-pacifickém** regionu. Naopak **Evropa** a **Latinská Amerika** zaznamenaly pokles organického obratu.

Obrat dle regionů

	Evrop a	IMEA	Sever ní Ameri ka	Latins ká Ameri ka	Asie a Pacifi k	Firemní sektor	Skupina Henkel
v milionech eur							
Obrat¹ červenec – září 2025	1 990	537	1 319	369	895	37	5 147
Obrat ¹ červenec – září 2024	2 047	580	1 509	401	915	40	5 492
Změna oproti předchozímu roku	-2,8 %	-7,4 %	12,6 %	-8,0 %	-2,1 %	–	-6,3 %
Organický	-2,0 %	10,0 %	2,3 %	-2,9 %	4,9 %	–	1,4 %
Podíl na obratu skupiny za rok 2025	39 %	10 %	26 %	7 %	17 %	1 %	100 %
Podíl na obratu skupiny za rok 2024	37 %	11 %	27 %	7 %	17 %	1 %	100 %

1. Dle sídla společnosti.

K pozitivnímu růstu organického obratu společnosti Henkel v **prvních devíti měsících roku 2025** přispěly zejména region **IMEA** a **asijsko-pacifický** region.

Obrat dle regionů

	Evrop a	IMEA	Sever ní Ameri ka	Latins ká Ameri ka	Asie a Pacifi k	Firem ní sekt or	Skupina Henkel
v milionech eur							
Obrat¹ leden – září 2025	5 970	1 616	4 141	1 119	2 587	117	15 549
Obrat ¹ leden – září 2024	6 118	1 712	4 542	1 265	2 556	111	16 305

Obrat dle regionů

	Evrop a	IMEA	Sever ní Ameri ka	Latins ká Ameri ka	Asie a Pacifi k	Firem ní sekt or	Skupina Henkel
v milionech eur							
Změna oproti předchozímu roku	-2,4 %	-5,6 %	-8,8 %	11,5 %	1,2 %	–	-4,6 %
Organický	-1,9 %	9,4 %	-1,6 %	-0,6 %	3,9 %	–	0,4 %
Podíl na obratu skupiny za rok 2025	38 %	10 %	27 %	7 %	17 %	1 %	100 %
Podíl na obratu skupiny za rok 2024	38 %	11 %	28 %	8 %	16 %	1 %	100 %

1. Dle sídla společnosti.

Obrat divize Adhesive Technologies

Obrat obchodní divize Adhesive Technologies dosáhl ve **třetím čtvrtletí 2025** sumy 2 708 milionů eur, což ve srovnání se stejným obdobím předchozího roku představuje nominální snížení o 3,3 procenta. **Organický** (tj. po očištění od rozdílů směnných kurzů a vlivů akvizic a odprodejů) se obrat zvýšil o 2,5 procenta. Tento nárůst byl způsoben pozitivním vývojem cen i objemu prodeje. Vliv směnných kurzů snížil obrat o 4,9 procenta, zatímco negativní dopad akvizic a odprodejů činil 0,9 procenta.

V **prvních devíti měsících roku 2025** obrat obchodní divize Adhesive Technologies v **nominálním** vyjádření poklesl o 1,8 procenta na hodnotu 8 124 milionů eur. **Organický** růst obratu činil 1,6 procenta.

Obrat divize Adhesive Technologies

v milionech eur	3. čtvrtle tí 2024	3. čtvrtle tí 2025	1–9/2024	1–9/2025
Obrat	2 800	2 708	8 275	8 124
Podíl na obratu skupiny	51 %	53 %	51 %	52 %

Obrat divize Adhesive Technologies

v milionech eur	3. čtvrtle tí 2024	3. čtvrtle tí 2025	1–9/2024	1–9/2025
Změna oproti předchozímu roku	3,3 %	-3,3 %	1,1 %	-1,8 %
Vlivy směnných kurzů	-3,3 %	-4,9 %	-2,4 %	-3,3 %
Očištěno o vliv kurzových rozdílů	6,5 %	1,6 %	3,5 %	1,5 %
Akvizice/odprodeje	2,8 %	-0,9 %	0,9 %	-0,2 %
Organický	3,7 %	2,5 %	2,5 %	1,6 %
z toho cena	-0,2 %	0,5 %	0,1 %	0,7 %
z toho objem	3,9 %	2,0 %	2,4 %	0,9 %

K dobrému růstu organického obratu divize Adhesive Technologies přispěly ve třetím čtvrtletí zejména tržové segmenty mobility a elektronického průmyslu a segment výrobků pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály. Nejvýraznější podíl na tomto růstu měl segment **mobility a elektronického průmyslu**, jehož organický obrat vzrostl o 5,9 procenta.

K uvedenému vývoji přispěl dvouciferný organický růst v elektronickém průmyslu a velmi silný růst organického obratu v průmyslovém segmentu. Obrat v automobilovém segmentu celkově poklesl kvůli utlumené poptávce. Segment **obalů a spotřebního zboží** vykázal mírně negativní organický růst obratu, který poklesl o 1,1 procenta. Obrat poklesl v kategorii obalů, zatímco kategorie spotřebního zboží zaznamenala pozitivní růst. Tržní segment produktů pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály dosáhl organického růstu obratu o 2,2 procenta. Tento růst byl poháněn výrazným nárůstem obratu v kategoriích výroba a údržba. Dobrý růst obratu zaznamenaly stavební produkty a obrat v kategoriích spotřebitelských a řemeslných produktů také vzrostl.

Vývoj obratu dle obchodních segmentů

v milionech eur	Obrat			
Třetí čtvrtletí	3. čtvrtletí 2024	3. čtvrtletí 2025	+/-	Organický
Adhesive Technologies	2 800	2 708	-3,3 %	2,5 %
Mobilita a elektronický průmysl	989	991	0,2 %	5,9 %
Obaly a spotřební zboží	841	767	-8,8 %	-1,1 %
Řemeslníci, stavebnictví a profesionálové	969	950	-2,0 %	2,2 %
Leden – září	1–9/2024	1–9/2025		
Adhesive Technologies	8 275	8 124	-1,8 %	1,6 %
Mobilita a elektronický průmysl	2 926	2 934	0,3 %	3,8 %
Obaly a spotřební zboží	2 520	2 355	-6,5 %	-0,4 %
Řemeslníci, stavebnictví a profesionálové	2 829	2 834	0,2 %	1,2 %

Z regionálního hlediska zaznamenala obchodní divize Adhesive Technologies ve třetím čtvrtletí mírný pokles organického obratu v **Evropě**. Ačkoli vývoj v segmentu výrobků pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály byl pozitivní, organický obrat poklesl v segmentech mobility a elektronického průmyslu i obalů a spotřebního zboží. Naopak **severoamerický** region zaznamenal kladný růst organického obratu, jež táhly obchodní segmenty mobility a elektronického průmyslu a výrobků pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály. K dvoucifernému růstu organického obratu této obchodní divize v regionu **IMEA** přispěly všechny obchodní segmenty. **Latinskoamerický** region zaznamenal pokles organického obratu ve všech třech obchodních segmentech. **Asijsko-pacifický** region vykázal velmi silný růst organického obratu, zejména díky dvoucifernému zvýšení obratu v obchodním segmentu elektronického průmyslu na čínském trhu.

Obrat divize Consumer Brands

Obrat obchodní divize Consumer Brands dosáhl ve třetím **čtvrtletí 2025** celkem 2 402 milionů eur, což představuje **nominální** pokles o 9,5 procenta ve srovnání se stejným

čtvrtletím předchozího roku. **Organicky** (tj. po očištění o vlivy směnných kurzů a dopady akvizic a odprodejů) dosáhla obchodní divize nárůstu obratu o 0,4 procenta, k němuž přispěl pozitivní vývoj objemu prodeje. Na druhé straně, vývoj cen byl mírně negativní. Měnové vlivy snížily obrat o 4,8 procenta, zatímco akvizice a odprodeje, zejména odprodej maloobchodních značek v Severní Americe, měly rovněž negativní dopad, a to na úrovni 5,0 procenta.

Celkově v **prvních devíti měsících roku 2025** dosáhl **obrat** obchodní divize Consumer Brands sumy 7 308 milionů eur, což představuje **nominální** pokles o 7,7 procenta ve srovnání se stejným obdobím předchozího roku. **Organicky** obrat mírně poklesl, o 1,0 procenta, v důsledku nižších objemů prodeje.

Obrat divize Consumer Brands

v milionech eur	3. čtvrtletí 2024	3. čtvrtletí 2025	1–9/2024	1–9/2025
Obrat	2,653	2,402	7,919	7,308
Podíl na obratu skupiny	48%	47%	49%	47%
Změna oproti předchozímu roku	-1.6%	-9.5%	-1.8%	-7.7%
Vlivy směnných kurzů	-3.9%	-4.8%	-2.5%	-3.7%
Očištěno o vliv kurzových rozdílů	2.3%	-4.6%	0.8%	-4.0%
Akvizice/odprodeje	-0,3 %	-5,0 %	-2,9 %	-3,0 %
Organický	2,7 %	0,4 %	3,7 %	-1,0 %
z toho cena	4,4 %	-0,6 %	4,9 %	1,0 %
z toho objem	-1,7 %	0,9 %	-1,2 %	-1,9 %

Obchodní segment **pracích a čistících prostředků pro domácnost** zaznamenal ve třetím čtvrtletí pokles organického obratu o 1,5 procenta, což bylo částečně způsobeno náročným trhovým prostředím. Segment pracích prostředků zaznamenal za těchto podmínek celkově negativní vývoj obratu. Zatímco obrat v kategorii pracích prostředků poklesl, kategorie prostředků pro péči o textilie zaznamenala dvouciferný růst obratu. Naopak růst organického obratu v segmentu čistících prostředků pro domácnost zůstal nezměněn, částečně díky velmi silnému růstu obratu v kategorii prostředků na mytí nádobí a čistících prostředků. Vývoj v kategorii čistících prostředků na tvrdé povrchy ovšem zaostával za úrovní stejného období loňského roku.

Obchodní segment **vlasové** kosmetiky zaznamenal velmi silný růst organického obratu na úrovni 4,4 procenta. Výrazný růst obratu zaznamenala divize Consumer Brands jak v segmentu spotřebního zboží, zejména díky kategoriím stylingových produktů a barev na vlasy, tak v segmentu profesionální vlasové kosmetiky.

V segmentu **jiného spotřebního zboží** klesl organický obrat o 3,2 procenta, a to především v důsledku nepříznivého vývoje v kategorii tělové kosmetiky v Severní Americe a Evropě.

Vývoj obratu dle obchodních segmentů

v milionech eur	Obrat			
	3. čtvrtletí 2024	3. čtvrtletí 2025	+/-	Organický
Třetí čtvrtletí				
Consumer Brands	2 653	2 402	-9,5 %	0,4 %
Prací a čistící prostředky	1 649	1 409	-14,6 %	-1,5 %
Péče o vlasy	829	833	0,6 %	4,4 %
Jiné spotřební zboží	175	159	-9,0 %	-3,2 %
Leden – září	1–9/2024	1–9/2025		
Consumer Brands	7 919	7 308	-7,7 %	-1,0 %
Prací a čistící prostředky	4 974	4 392	-11,7 %	-2,2 %
Péče o vlasy	2 437	2 454	0,7 %	2,1 %
Jiné spotřební zboží	508	462	-9,1 %	-3,8 %

Z regionálního hlediska zaznamenala obchodní divize Consumer Brands v **Evropě** ve třetím čtvrtletí pokles organického obratu. Obrat se zvýšil v segmentu vlasové kosmetiky, zatímco v segmentu pracích a čistících prostředků pro domácnost došlo k negativnímu vývoji.

Severoamerický region zaznamenal celkově dobrý růst organického obratu, k němuž přispěl zejména vývoj v segmentu vlasové kosmetiky. Region **IMEA** dosáhl významného zvýšení organického obratu. K pozitivnímu růstu organického obratu v regionu **Latinskej Ameriky** nejvíce přispěl obchodní segment vlasové kosmetiky. V **asijsko-pacifickém** regionu se organický obrat také vyvíjel pozitivně. Obchodní segment vlasové kosmetiky zaznamenal

velmi silný růst organického obratu, naopak segment pracích a čistících prostředků pro domácnost zaostal za loňskou úrovní.

Čistá aktiva a finanční pozice skupiny

V čistých aktivech a finanční pozici skupiny nedošlo ve sledovaném období k významným změnám ve srovnání se stavem k 30. červnu 2025.

Výhled na úrovni skupiny Henkel

Pro finanční rok 2025 očekává společnost Henkel **růst organického obratu** na úrovni skupiny v rozmezí od 1,0 do 2,0 procenta. Obchodní divize Adhesive Technologies by měla zaznamenat růst organického obratu v rozmezí 2,0 až 3,0 procenta, zatímco divize Consumer Brands by měla zaznamenat růst organického obratu o 0,5 až 1,5 procenta.

Upravená výnosnost prodeje (upravená marže EBIT) by se na úrovni skupiny měla pohybovat mezi 14,5 do 15,5 procenty. Divize Adhesive Technologies by měla dosáhnout upravené výnosnosti prodeje mezi 16,5 až 17,5 procenty. Obchodní divize Consumer Brands by měla dosáhnout upravené výnosnosti prodeje mezi 14,0 až 15,0 procenty.

Upravený výnos na prioritní akci (EPS) při konstantních kurzovních sazbách by měl vzrůst v rozmezí spodních až vysokých jednociferných procentních hodnot.

Pokud se však celkové ekonomické prostředí do konce roku výrazně nezlepší, růst organického obratu jak na úrovni skupiny, tak v obou obchodních divizích se očekává v nižší části našeho současného výhledu. Naopak, nadále očekáváme, že upravená marže EBIT – na úrovni skupiny i na úrovni obou obchodních divizí – a zvýšení upraveného výnosu EPS při konstantních kurzovních sazbách se budou bezpečně pohybovat v aktuálně očekávaných rozmezích.

Kromě toho v roce 2025 očekáváme:

- Akvizice/odprodeje: negativní vliv na růst nominálního obratu v dolní polovině jednociferného procentního rozsahu
- Negativní účinek kurzovních vlivů se očekává v dolní až střední části jednociferného procentního pásma.
- Ceny vstupních materiálů: nárůst v střední části jednociferných procentních hodnot ve srovnání s průměrem předchozího roku
- Restrukturalizační výdaje ve výši 150 až 200 milionů eur
- Negativní peněžní toky z investic do budov, strojů a zařízení a do nehmotného jmění 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.

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Ředitelka korporátní komunikace CEE

Telefon: +421 917 160 597

E-mail: zuzana.kanuchova@henkel.com