

Priopćenje za medije

07. svibanj 2026.

Dobar početak poslovne godine 2026.

Henkel je ostvario dobar organski rast prodaje u prvom tromjesečju 2026.

- **Prodajni rezultati Grupe: oko 5,0 milijarde eura, organski rast od 1,7 posto**
- **Obje su poslovne jedinice ostvarile organski rast prodaje, a svaka je imala pozitivan razvoj volumena i cijena:**
 - Ljepila i tehnologije: organski rast prodaje od 1,7 posto
 - Consumer Brands: organski rast prodaje od 1,8 posto
- **Uspješna provedba strategije rasta spajanja i stjecanja:**
 - Pet transakcija predstavlja ukupni obujam prodaje od oko 1,6 milijardi eura
 - Tri su posla već uspješno zaključena:
Wetherby Laroc, ATP Adhesive Systems, Not Your Mother's
- **Program otkupa dionica vrijedan oko 1 milijardu eura uspješno je završen krajem ožujka**
- **Prognoza za poslovnu godinu 2026. nepromijenjena:**
 - Organski rast prodaje: od 1,0 do 3,0 posto
 - Prilagođeni prinos od prodaje: od 14,5 do 16,0 posto
 - Prilagođena dobit po povlaštenoj dionici (EPS): porast u rasponu jednoznamenastih postotaka od niske do visoke vrijednosti (u slučaju stalnog tečaja)

Düsseldorf, 7. svibnja 2026. – U prvom tromjesečju 2026. društvo Henkel ostvarilo je prodaju na razini Grupe od oko 5,0 milijardi eura i postiglo dobar organski rast od 1,7 posto. Obje su poslovne jedinice ostvarile povećanje, a svaka je imala pozitivan razvoj volumena i cijena.

„U izazovnom okruženju ostvarili smo dobar organski rast prodaje u prvom tromjesečju u kojem su sudjelovale obje poslovne jedinice. Ostvarili smo rast cijena i



volumena u objema jedinicama, Ljepila i tehnologije i Consumer Brands”, rekao je glavni izvršni direktor Henkela Carsten Knobel.

„Istovremeno dosljedno provodimo naš strateški program i ulažemo u širenje našeg poslovanja. To uključuje i nedavno najavljena stjecanja u objema poslovnim jedinicama, koja zajedno predstavljaju gotovo 1,6 milijardi eura dodatne prodaje. U međuvremenu smo već uspješno zaključili tri od pet transakcija. Prognoza za 2026. ostaje nepromijenjena. Henkel je i dalje na dobrom putu ka održivom i profitabilnom rastu”, nastavio je Carsten Knobel.

Dobar organski rast prodaje poslovne jedinice **Ljepila i tehnologije** u prvom tromjesečju prvenstveno je bio potaknut iznimno snažnim rastom u poslovnom području mobilnosti i elektronike. Dobar organski razvoj prodaje u poslovnoj jedinici **Consumer Brands** uglavnom je posljedica vrlo snažnog rasta u poslovnom području proizvoda za kosu.

Prodajni rezultati Grupe

Prodaja Grupe u prvom tromjesečju 2026. ukupno je iznosila 4.952 milijuna eura, što je **nominalni** pad od 5,5 posto u odnosu na isto tromjesečje prethodne godine (5.242 milijuna eura). Prodaja je **organski** (tj. prilagođeno za tečajne promjene i stjecanja/dezinvesticije) porasla za 1,7 posto. I cijena i volumen pokazali su pozitivno kretanje. Stjecanja/dezinvesticije smanjile su prodaju za 2,1 posto. Devizni učinci također su imali negativan utjecaj na prodajne rezultate od –5,2 posto.

Organski razvoj prodaje u regiji **Europa** u prvom tromjesečju iznosio je –3,4 posto. U regiji **IMEA (Indija, Bliski istok i Afrika)** prodaja je organski porasla za 12,8 posto. Rezultati organske prodaje u **Sjevernoj Americi** bili su pozitivni i iznosili 0,9 posto. U **Latinskoj Americi** organska prodaja bila je za –3,1 posto niža u odnosu na isto tromjesečje prethodne godine. U regiji **Azija/Pacifik** zabilježen je organski rast prodaje od 10,3 posto.

Prodajni rezultati poslovne jedinice Ljepila i tehnologije

U prvom tromjesečju 2026. godine u poslovnoj jedinici Ljepila i tehnologije ostvarena je **prodaja** u iznosu od 2.627 milijuna eura, što predstavlja **nominalno** smanjenje od –3,2 posto u usporedbi s istim tromjesečjem prethodne godine. Prodaja je **organski** (tj. prilagođeno za tečajne promjene i stjecanja/dezinvesticije)

porasla za 1,7 posto u odnosu na isto tromjesečje prethodne godine, a pokretači prodaje bili su pozitivan razvoj i cijena i volumena. Devizni učinci smanjili su prodaju za –5,2 posto. Stjecanja/dezinvesticije imale su manji pozitivan utjecaj od 0,2 posto.

Za dobru organsku prodaju poslovne jedinice Ljepila i tehnologije u prvom tromjesečju prvenstveno je odgovorno poslovno područje **Mobilnost i elektronika**, koje je ostvarilo vrlo snažan organski rast prodaje od 6,7 posto. Poslovno područje Elektronika i industrijske komponente bilo je glavni pokretač tog rasta, dok se prodaja u poslovnom području Motorna vozila smanjila zbog tržišnog okruženja koje nastavlja donositi razne izazove. Poslovno područje **Ambalaža i roba široke potrošnje** pokazalo je pozitivan organski razvoj prodaje od ukupno 0,5 posto, čiji su pokretači bili dobri rezultati u poslovanju u području Roba široke potrošnje. S druge strane, poslovno područje Ambalaža zabilježilo je blagi pad. Poslovno područje **Obrtničke djelatnosti, graditeljstvo i profesionalne djelatnosti** zabilježilo je pad organske prodaje od –2,3 posto u usporedbi s istim tromjesečjem prethodne godine. Ovaj razvoj događaja posljedica je poslovanja Roba široke potrošnje i Graditeljstvo, dok su poslovna područja Opća proizvodnja i Održavanje zabilježila pozitivan rast.

Prodajni rezultati poslovne jedinice Consumer Brands

U poslovnoj jedinici Consumer Brands **prodaja** u **prvom tromjesečju 2026.** ukupno je iznosila 2.285 milijuna eura, što je **nominalni** pad od –8,0 posto u odnosu na isto tromjesečje prethodne godine. Prodaja je **organski** (tj. prilagođeno za tečajne promjene i stjecanja/dezinvesticije) porasla za 1,8 posto. Poslovna jedinica zabilježila je pozitivan razvoj cijena i volumena u usporedbi s prvim tromjesečjem 2025. godine. Devizni učinci imali su negativan utjecaj na prodaju od –5,2 posto. Stjecanja/dezinvesticije također su smanjile prodaju za –4,6 posto.

U prvom tromjesečju poslovno područje **Proizvodi za pranje rublja i održavanje kućanstva** ostvarilo je stagnirajući organski rast prodaje od 0,1 posto. Poslovno područje Proizvodi za pranje rublja pokazalo je blagi ukupni pad, što je uglavnom bilo zbog kategorije Čišćenje tkanina, dok je kategorija Njega tkanina zabilježila značajan rast. S druge strane, u poslovnom području Proizvodi za održavanje kućanstva ostvaren je pozitivan organski rast prodaje za koji je uglavnom zaslužan dvoznamenkasti rast prodaje u kategoriji Proizvodi za ručno pranje posuđa.

Poslovno područje **Proizvodi za kosu** ostvarilo je vrlo snažan organski rast prodaje od 5,1 posto. Poslovanje usmjereno na male potrošače zabilježio je vrlo snažan rast, s najvećim doprinosom kategorije Boje za kosu. Profesionalno poslovanje također je pokazalo vrlo snažan razvoj.

Poslovno područje **Ostalo poslovanje usmjereno na male potrošače** zabilježilo je pozitivan organski rast prodaje od 0,5 posto, za koji je prvenstveno zaslužan značajan organski rast prodaje u poslovnom području Proizvodi za njegu tijela u regiji Sjeverne Amerike.

Prognoza za Grupu Henkel

Za tekuću godinu Henkel i dalje očekuje **organski rast prodaje** u rasponu od 1,0 do 3,0 posto. Za poslovnu jedinicu Ljepila i tehnologije očekuje se organski rast prodaje u rasponu od 1,0 do 3,0 posto. Za poslovnu jedinicu Consumer Brands predviđa se organsko povećanje prodaje od 0,5 do 2,5 posto.

Očekuje se da će **prilagođeni prinos od prodaje (prilagođena operativna marža)** i dalje biti u rasponu od 14,5 do 16,0 posto. Predviđa se da će prilagođeni prinos od prodaje biti u rasponu od 16,5 do 18,0 posto za poslovnu jedinicu Ljepila i tehnologije te u rasponu od 14,0 do 15,5 posto za poslovnu jedinicu Consumer Brands.

U slučaju stalnog tečaja i dalje se očekuje da će **prilagođena dobit po povlaštenoj dionici (EPS)** porasti u rasponu jednoznamenkastih postotaka od niske do visoke vrijednosti.

Nadalje, naša su očekivanja za 2026. godinu sljedeća:

- stjecanja/dezinvesticije: pozitivan utjecaj u rasponu jednoznamenkastih postotaka male vrijednosti na nominalni rast prodaje (prethodno: neutralan do blago negativan učinak)
- prijenos prodaje u stranim valutama: negativan utjecaj u rasponu jednoznamenkastih postotaka male vrijednosti
- cijene izravnih materijala: visoko jednoznamenkasto postotno povećanje u usporedbi s prosjekom prethodne godine (prethodno: nisko jednoznamenkasto postotno povećanje)¹
- troškovi restrukturiranja od 150 do 200 milijuna eura
- odljevi gotovine za ulaganja u nekretnine, postrojenja i opremu te nematerijalnu imovinu u rasponu 650 – 750 milijuna eura

O Henkelu

Zahvaljujući svojim brendovima, inovacijama i tehnologijama, Henkel drži vodeća mjesta na tržištu diljem svijeta u poslovanju s industrijskim proizvodima i robom široke potrošnje. Poslovna jedinica Ljepila i tehnologije svjetski je predvodnik na tržištu ljepila, brtvila i funkcionalnih premaza. Zahvaljujući poslovnoj jedinici Consumer Brands, društvo drži vodeća mjesta posebice u poslovanju s proizvodima za pranje rublja i održavanje kućanstva te proizvodima za njegu kose u brojnim kategorijama i na brojnim tržištima diljem svijeta. Tri su najjača brenda društva Loctite, Persil i Schwarzkopf. U poslovnoj godini 2024. Henkel je zabilježio prodaju u iznosu većem od 21,6 milijardi eura i prilagođenu operativnu dobit od oko 3,1 milijardu eura. Povlaštene dionice društva Henkel upisane su u njemački burzovni indeks DAX. U Henkelu postoji duga tradicija održivosti i društvo ima jasnu strategiju održivosti s konkretnim ciljevima. Henkel je osnovan 1876. i danas zapošljava raznolik tim od oko 47 000 ljudi širom svijeta koji su ujedinjeni snažnom organizacijskom kulturom, zajedničkim vrijednostima i zajedničkom svrhom: „Pioneers at heart for the good of generations“. Više informacija na www.henkel.hr

Ovaj dokument sadržava izjave koje se odnose na budući poslovni razvoj, financijske rezultate i druge događaje ili razvoje od budućeg značaja za Henkel koji mogu predstavljati izjave o budućnosti. Izjave o budućnosti odlikuju se uporabom riječi kao što su: „očekuje se, namjerava, planira, predviđa, vjeruje, procjenjuje“ i sličnih pojmova. Takve se izjave temelje na trenutačnim procjenama i pretpostavkama korporativnog vodstva društva Henkel AG & Co. KGaA. Te izjave ne smiju se tumačiti kao ikakvo jamstvo da će ta očekivanja biti točna. Budući učinak i rezultati koje Henkel AG & Co. KGaA i pridružena društva zaista ostvare ovise o brojnim rizicima i nesigurnostima te se stoga mogu bitno razlikovati (pozitivno i negativno) od izjava o budućnosti. Henkel ne može utjecati na mnoge od tih čimbenika niti ih unaprijed točno procijeniti, a među njima su buduće gospodarsko okruženje i djelovanje konkurenata i drugih sudionika na tržištu. Henkel ne planira niti se obvezuje ažurirati izjave o budućnosti.

Ovaj dokument uključuje dodatne financijske pokazatelje koji nisu jasno definirani u primjenjivom okviru financijskog izvještavanja i koji jesu ili mogu biti alternativne mjere uspješnosti. Te dopunske financijske pokazatelje ne treba promatrati zasebno ili kao alternativu mjerenjima Henkelove neto imovine i financijskog položaja ili rezultata poslovanja prikazanih u skladu s primjenjivim okvirom financijskog izvještavanja u njegovim Konsolidiranim financijskim izvješćima. Druga društva koja izvještavaju o slično naslovljenim alternativnim mjerama učinka ili ih opisuju mogu ih izračunati drugačije.

Ovaj dokument izdaje se isključivo u informativne svrhe i nije mu svrha nuditi savjet o ulaganju, ponudu za prodaju ili traženje ponude za kupnju bilo kojih vrijednosnih papira.

Kontakt Jelena Gavrilović Šarenac
E-pošta jelena.sarenac@henkel.com

www.henkel.hr