

Saopštenje za javnost

07. maj 2026.

Dobar početak fiskalne godine 2026.

Henkel ostvario dobar organski rast prodaje u prvom tromesečju

- **Prodaja Grupe: oko 5,0 milijardi evra, organski rast od +1,7 odsto**
 - Organskom rastu prodaje doprinela su oba poslovna sektora, svaki sa pozitivnim kretanjima obima i cena:
 - Adhezivi Tehnologije: organski rast prodaje od 1,7 odsto
 - Consumer Brands: organski rast od 1,8 odsto
 - Uspešno sprovođenje strategije za rast putem akvizicija i spajanja:
 - Pet transakcija sa ukupnim obimom prodaje od oko 1,6 milijardi evra
 - Tri poslovna aranžmana već uspešno zaključena: Wetherby Laroc, ATP Adhesive Systems, Not Your Mother's
 - Program otkupa sopstvenih akcija u vrednosti od oko jedne milijarde evra uspešno završen krajem marta
- **Prognoza za fiskalnu 2026. godinu ostaje nepromenjena:**
 - Organski rast prodaje: 1,0 do 3,0 odsto
 - Korigovani prinos od prodaje: 14,5 do 16,0 odsto
 - Korigovani prihod po prioritetnoj akciji (EPS): povećanje jednocifrenog niskog do visokog procentualnog opsega (pri stalnom kursu).

Diseldorf, 7. maj 2026. – U prvom tromesečju 2026. godine Henkel je ostvario prodaju na nivou Grupe od oko 5,0 milijardi evra i postigao dobar organski rast od 1,7 odsto. Rastu su doprinela oba poslovna sektora, pri čemu su oba ostvarila pozitivna kretanja obima i cena.

„U izazovnom okruženju ostvarili smo dobar organski rast prodaje u prvom tromesečju, uz doprinos oba poslovna sektora. Postigli smo rast cena i obima i u sektoru Adhezivi Tehnologije i u Consumer Brands sektoru,“ rekao je izvršni direktor Henkela Karsten Knobel.

„Istovremeno dosledno sprovodimo našu stratešku agendu i ulažemo u širenje poslovanja. Ovo takođe obuhvata nedavno najavljene akvizicije u oba poslovna sektora, koje zajedno predstavljaju skoro 1,6 milijardi evra dodatne prodaje. U međuvremenu smo već uspešno zaključili tri od pet transakcija. Prognoze za 2026. su ostale nepromenjene. Smatramo da je Henkel i dalje na dobrom putu ka održivom i profitabilnom rastu,“ nastavio je Karsten Knobel.

Dobar organski rast prodaje u poslovnom sektoru **Adhezivi Tehnologije** u prvom tromesečju bio je prvenstveno podstaknut veoma snažnim rastom u oblasti Mobilnost i elektronika. Dobar organski razvoj prodaje u poslovnom sektoru **Consumer Brands** uglavnom je bio rezultat veoma snažnog rasta u oblasti Proizvoda za kosu.

Rezultati prodaje Grupe

Prodaja na nivou Grupe u prvom tromesečju 2026. dostigla je 4.952 miliona evra, što predstavlja **nominalno smanjenje** od -5,5 odsto u odnosu na isto tromesečje prethodne godine (5.242 miliona evra). **Organski** (t.j. sa korekcijama zbog kursnih razlika i akvizicija/prodaja), prodaja je povećana 1,7 odsto. I cene i obim prodaje zabeležili su pozitivan trend. Akvizicije i prodaje su smanjile prodaju za -2,1 odsto. Uticaji deviznih kursnih razlika negativno su uticali na rezultate prodaje sa -5,2 odsto.

Organski razvoj prodaje u **Evropi** iznosio je -3,4 odsto u prvom tromesečju. U **IMEA** regionu, prodaja je organski porasla za 12,8 odsto. Organski rezultat prodaje bio je pozitivan u **Severnoj Americi** sa 0,9 odsto. U **Latinskoj Americi**, rezultat prodaje bio je -3,1 odsto ispod rezultata iz istog tromesečja prethodne godine. Region **Azija-Pacifik** je ostvario organski rast prodaje od 10,3 odsto.

Rezultati prodaje sektora Adhezivi Tehnologije

Poslovni sektor Adhezivi Tehnologije ostvario je **prodaju** od 2.627 miliona evra u **prvom tromesečju 2026. godine**, što predstavlja **nominalno** smanjenje od -3,2 odsto u odnosu na isti kvartal prethodne godine. **Organski** (t.j. prilagođeno za kursne razlike i akvizicije/prodaje), prodaja je porasla 1,7 odsto u odnosu na isto tromesečje iz prethodne godine, zahvaljujući pozitivnim promena cena i obima. Efekti deviznih kurseva smanjili su prodaju za -5,2 odsto. Akvizicije/prodaje imale su blago pozitivan uticaj od 0,2 odsto.

Dobar organski rast prodaje u poslovnom sektoru Adhezivi Tehnologije u prvom tromesečju pretežno je bio rezultat poslovnog segmenta **Mobilnost i elektronika**, koji je ostvario snažan organski rast prodaje od 6,7 odsto. Ovaj rast je bio podstaknut poslovanjem u oblasti Elektronike i industrije, dok je segment Automobilske industrije zabeležio pad usled izazovnog tržišnog okruženja. Poslovna oblast **Ambalaža i roba široke potrošnje** beleži organski razvoj prodaje od ukupno 0,5 odsto, zahvaljujući dobrim rezultatima u oblasti robe

široke potrošnje. Za razliku od toga, poslovna oblast Ambalaža zabeležila je blag pad. Poslovna oblast **Zanatstvo, građevinarstvo i profesionalna industrija** zabeležila je pad organske prodaje od -2,3 u odnosu na isto tromesečje prethodne godine. Do ovoga je došlo zbog poslovanja u oblasti Potrošača i građevinarstva, dok je segment Opšte proizvodnje i održavanja zabeležio rast.

Rezultati prodaje sektora Consumer Brands

U poslovnom sektoru Consumer Brands, **prodaja u prvom kvartalu 2026.** godine iznosila je ukupno 2.285 miliona evra, što je **nominalno** smanjenje od -8,0 odsto u odnosu na isto tromesečje prethodne godine. **Organski** (t.j. sa korekcijama zbog kursnih razlika i akvizicija/prodaja), prodaja je povećana 1,8 odsto. Poslovni sektor zabeležio je povoljno kretanje cena i obima u poređenju s prvim tromesečjem 2025. godine. Efekti kursnih razlika su negativno uticali na prodaju sa -5,2 odsto. Akvizicije i prodaje su smanjile prodaju za -4,6 odsto.

U prvom tromesečju, segment **Deterdženti i kućna hemija** zabeležilo je skoro identičan rezultat prodaje od 0,1 odsto. Poslovni segment Deterdženti zabeležio je blagi pad uopšteno, što je pretežno zbog kategorije Čišćenje tkanina, dok je kategorija Nega tkanina zabeležila značajan rast. Za razliku od toga, segment Kućna hemija zabeležio je pozitivan organski rast prodaje, pretežno kao rezultat veoma snažnog organskog rasta prodaje u kategoriji Tečnosti za ručno pranje suđa.

Poslovni segment **Proizvoda za kosu** zabeležio je veoma snažan organski rast prodaje od 5,1 odsto. Poslovanje u segmentu Robe široke potrošnje ostvarilo je veoma snažan rast, pri čemu je najjači doprinos došao iz kategorije Boja za kosu. Poslovanje u segmentu Proizvoda za profesionalce takođe je pokazalo veoma snažan razvoj.

Poslovna oblast **Ostala roba široke potrošnje** zabeležila je pozitivan organski rast prodaje od 0,5 odsto, prvenstveno podstaknut značajnim organskim rastom prodaje u oblasti Nega tela u regionu Severne Amerike.

Prognoza za Henkel grupu

Za tekuću godinu, Henkel i dalje očekuje **organski rast prodaje** između 1,0 i 3,0 odsto. Za sektor Adhezivi tehnologije, očekuje se organski rast prodaje u rasponu od 1,0 do 3,0 odsto. Za sektor Consumer Brands, očekujemo organski porast prodaje od 0,5 do 2,5 odsto.

Očekuje se da će **korigovani prihod od prodaje (korigovana EBIT marža)** i dalje biti u rasponu od 14,5 do 16,0 odsto. Očekuje se da će korigovani prihod od prodaje biti između 16,5 i 18,0 odsto za sektor Adhezivi tehnologije i između 14,0 i 15,5

odsto za sektor Consumer Brands.

Očekuje se da će prilagođena zarada po prioritetnoj akciji (EPS) po konstantnim deviznim kursovima i dalje rasti u rasponu od niskih do visokih jednocifrenih procentualnih vrednosti.

Pored toga, imamo sledeća očekivanja za 2026. godinu:

- Akvizicije/prodaje: pozitivan efekat u niskom jednocifrenom procentnom rasponu na nominalni rast prodaje (prethodno: neutralan do blago negativan efekat)
- Prenos prodaje u strane valute: negativan uticaj u niskom jednocifrenom procentnom opsegu
- Cene direktnih materijala: visoko jednocifreno procentualno povećanje u odnosu na prosek prethodne godine (prethodno: nisko jednocifreno povećanje)¹
- Troškovi restrukturiranja od 150 do 200 miliona evra
- Novčani odlivi od investicija u nekretnine, postrojenja i opremu i nematerijalnu imovinu od 650 do 750 miliona evra

O kompaniji Henkel

Henkel, sa svojim brendovima, inovacijama i tehnologijama, zauzima vodeće pozicije na tržištu širom sveta u industrijskom i potrošačkom sektoru. Poslovni sektor Adhezivi Tehnologije je globalni lider na tržištu lepkova, zaptivača i funkcionalnih premaza. U sektoru Consumer Brands, kompanija drži vodeće pozicije posebno u sektorima pranja veša i održavanja domaćinstva i nege kose na mnogim tržištima i kategorijama širom sveta. Tri najjača brenda kompanije su Loctite, Persil i Schwarzkopf. U fiskalnoj 2025. godini, Henkel je zabeležio prodaju od preko 20,5 milijarde evra i korigovani operativni profit od oko 3 milijarde evra. Prioritetne akcije Henkela su uvrštene u nemački indeks DAX. Održivost ima dugu tradiciju u Henkelu, a kompanija ima jasnu strategiju održivosti sa specifičnim ciljevima. Henkel je osnovan 1876. godine i danas zapošljava raznovrsni tim od više od 47.000 ljudi širom sveta, ujedinjen jakom korporativnom kulturom, deljenim vrednostima i zajedničkom svrhom: „Pioneers at heart for the good of generations “. Više informacija na www.henkel.rs

Ovaj dokument sadrži izjave koje se odnose na buduće poslovanje, finansijske rezultate i druge događaje ili okolnosti u budućnosti koje su važne za Henkel koje se mogu smatrati izjavama koje se odnose na budućnost. Izjave koje se odnose na budućnost se odlikuju rečima poput „očekivati“, „nameravati“, „planirati“, „predviđati“, „procenjivati“ i sličnim terminima. Ove informacije sadrže izjave koje se odnose na budućnost zasnovane na trenutnim procenama i predviđanjima rukovodstva kompanije Henkel AG & Co. KGaA. Takvim izjavama se na bilo koji način ne garantuje da će se takva očekivanja ostvariti. Budući učinci i rezultati koje će Henkel AG & Co. KGaA i njegova povezana društva stvarno ostvariti zavise od više rizika i neizvesnosti, i stoga se mogu razlikovati značajno (i pozitivno i negativno) od izjava koje se odnose na budućnost. Mnogi od ovih faktora su van Henkelove kontrole i ne mogu se precizno predvideti, poput budućeg privrednog ambijenta i radnji konkurenata i drugih uključenih u tržište. Henkel ne planira niti se obavezuje da ažurira bilo koju izjavu koja se odnosi na budućnost.

Ovaj dokument sadrži dopunske finansijske pokazatelje koji nisu jasno definisani u važećem okviru finansijskog izveštavanja i koji predstavljaju ili mogu predstavljati alternativne mere učinka. Ove dopunske finansijske pokazatelje ne bi trebalo posmatrati izolovano niti kao alternativu merama Henkelove neto imovine i finansijskog položaja ili rezultata poslovanja, onako kako su oni predstavljeni u skladu sa važećim okvirom finansijskog izveštavanja u Konsolidovanim finansijskim izveštajima kompanije. Druge kompanije koje izveštavaju o alternativnim merama učinka sličnog naziva ili ih opisuju mogu ih obračunavati na drugačiji način.

Ovaj dokument je izdat isključivo u informativne svrhe i ne predstavlja nameru da čini investicioni savet ili ponudu za prodaju, niti poziv za ponudu za kupovinu bilo kojih hartija od vrednosti.

Kontakt Jelena Gavrilović Šarenac
Telephone +381 60 207 22 09
Email jelena.sarenac@henkel.com

Ana Krezić
+381 60 207 21 90
ana.krezic@henkel.com

Henkel Srbija d.o.o.