

Sporočilo za javnost

07.05.2026.

Dober začetek poslovnega leta 2026

Henkel je v prvem četrtletju leta 2026 dosegel dobro organsko rast prodaje

- **Prodaja na ravni skupine: približno 5,0 milijarde evrov, organska rast +1,7 odstotka**
 - Organsko rast prodaje sta spodbudili obe poslovni enoti, ki sta zabeležili pozitiven razvoj obsega in cen:
 - Lepila in tehnologije: 1,7-odstotna organska rast prodaje
 - Consumer Brands: 1,8-odstotna organska rast prodaje
 - Uspešno izvajanje strategije rasti z združitvami in prevzemi:
 - Pet transakcij, ki predstavljajo skupni obseg prodaje približno 1,6 milijarde evrov
 - Trije posli že uspešno sklenjeni: Wetherby Laroc, ATP Adhesive Systems, Not Your Mother's
 - Program odkupa delnic v vrednosti približno 1 milijarde evrov je bil konec marca uspešno zaključen
- **Napoved za poslovno leto 2026 ostaja nespremenjena:**
 - Organska rast prodaje: 1,0 do 3,0 odstotka
 - Prilagojena donosnost prodaje: 14,5 do 16,0 odstotka
 - Prilagojeni dobiček na prednostno delnico (EPS): povečanje v razponu od nizke do visoke enomestne odstotne vrednosti (pri stalnih menjalnih tečajih)

Düsseldorf, 7. maj 2026: V prvem četrtletju leta 2026 je skupina Henkel ustvarila prodajo v višini približno 5,0 milijarde evrov in dosegla dobro organsko rast v višini 1,7 odstotka. K rasti sta prispevali obe poslovni enoti, ki sta zabeležili pozitiven razvoj tako obsega prodaje kot cen.

»V zahtevnem okolju smo v prvem četrtletju dosegli dobro organsko rast prodaje, ki

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

Persil


Schwarzkopf

sta jo omogočili obe poslovni enoti. Rast cen in obsega smo dosegli tako v poslovni enoti Lepila in tehnologije kot v poslovni enoti Consumer Brands,« je dejal Carsten Knobel, izvršni direktor podjetja Henkel.

»Hkrati dosledno izvajamo naš strateški program in vlagamo v širitev naših poslov. To vključuje tudi nedavno napovedane prevzeme v obeh poslovnih enotah, ki skupaj predstavljajo skoraj 1,6 milijarde evrov dodatnega prometa. Medtem smo že uspešno zaključili tri od petih transakcij. Napoved za leto 2026 ostaja nespremenjena. Menimo, da je Henkel še naprej na dobri poti k trajnostni in dobičkonosni rasti,« je nadaljeval Carsten Knobel.

Dobra organska rast prodaje v poslovni enoti **Lepila in tehnologije** v prvem četrtnetju je bila dosežena predvsem z zelo močno rastjo v segmentu Mobilnost in elektronika. Dober organski razvoj prodaje v poslovni enoti **Consumer Brands** je bil v glavnem posledica zelo močnega povečanja v segmentu Izdelki za lase.

Poslovni izid skupine

Prodaja na ravni skupine je v **prvem četrtnetju leta 2026** znašala 4.952 milijarde evrov, kar predstavlja **nominalni** padec za –5,5 odstotka v primerjavi z enakim četrtnetjem preteklega leta (5.242 milijarde evrov). **Organsko** (tj. prilagojeno za devizne tečaje in prevzeme/odprodaje) se je prodaja povečala za 1,7 odstotka. Pozitivno sta se razvijala tako cena kot obseg. Prevzemi/odprodaje so prodajo zmanjšali za –2,1 odstotka. Negativen vpliv na prodajo so imeli tudi učinki deviznih tečajev, ki so znašali –5,2 odstotka.

Organski razvoj prodaje v **evropski** regiji je v prvem četrtnetju znašal –3,4 odstotka. V regiji **IMEA** se je prodaja organsko povečala za 12,8 odstotka. V **Severni Ameriki** je bila organska prodaja pozitivna, saj je znašala 0,9 odstotka. V **Latinski Ameriki** je bila organska prodaja za –3,1 odstotka nižja kot v enakem četrtnetju lani. **Azijsko-pacifiška** regija je dosegla 10,3-odstotno organsko rast prodaje.

Prodajna uspešnost enote Lepila in tehnologije

Poslovna enota Lepila in tehnologije je v **prvem četrtnetju leta 2026 dosegla prodajo v** višini 2.627 milijarde evrov, kar pomeni **nominalno** zmanjšanje za –3,2 odstotka v primerjavi z enakim obdobjem lani. **Organsko** (tj. prilagojeno za devizne tečaje in prevzeme/odprodaje) se je prodaja v primerjavi z enakim četrtnetjem lani povečala za 1,7 odstotka, k čemur je prispeval pozitiven razvoj tako na področju cen kot obsega. Učinki deviznih tečajev so zmanjšali prodajo za –5,2 odstotka. Prevzemi/odprodaje so imeli rahlo pozitiven učinek v višini 0,2 odstotka.

K dobrim rezultatom organske prodaje poslovne enote Lepila in tehnologije v prvem četrletju je prispevalo predvsem poslovno področje **Mobilnost in elektronika**, ki je doseglo zelo visoko organsko rast prodaje v višini 6,7 odstotka. K tej rasti sta prispevali dejavnosti s področja elektronike in industrije, medtem ko se je dejavnost s področja avtomobilizma v še vedno zahtevnem okolju zmanjšala. Poslovno področje **Embalaža in potrošniško blago** je na splošno izkazalo pozitiven organski razvoj prodaje v višini 0,5 odstotka, k čemur je prispevala dobra uspešnost v dejavnosti potrošniškega blaga. Nasprotno pa je področje Embalaža zabeležilo rahel upad. Poslovno področje **Obrtniki, gradbeniki in strokovnjaki** je v primerjavi s prvim četrletjem lani zabeležilo –2,3-odstotno zmanjšanje organske prodaje. Ta razvoj je bil posledica poslovanja v sektorju potrošniških izdelkov in gradbeništva, medtem ko je sektor splošne proizvodnje in vzdrževanja zabeležil pozitivno rast.

Prodajna uspešnost enote Consumer Brands

V poslovni enoti Consumer Brands je **prodaja v prvem četrletju leta 2026** znašala 2,285 milijarde evrov, kar je **nominalno** za –8,0 odstotka manj kot v enakem obdobju lani. **Organsko** (tj. prilagojeno za devizne tečaje in prevzeme/odprodaje) se je prodaja povečala za 1,8 odstotka. Poslovna enota je v primerjavi s prvim četrletjem leta 2025 zabeležila tako pozitiven razvoj cen kot tudi obsega. Učinki deviznih tečajev so negativno vplivali na prodajo v višini –5,2 odstotka. Prevzemi/odprodaje so prav tako zmanjšali prodajo za –4,6 odstotka.

V prvem četrletju je poslovno področje **Pralna sredstva in čistila** zabeležilo enakomeren organski razvoj prodaje v višini 0,1 odstotka. Poslovni segment Pralna sredstva je na splošno zabeležil rahel upad, ki je bil predvsem posledica kategorije Čiščenje tkanin, medtem ko je kategorija Nega tkanin zabeležila precejšnjo rast. Nasprotno pa je poslovno področje Čistila doseglo pozitivno organsko rast prodaje, predvsem zaradi dvomestne rasti prodaje v kategoriji Ročno pomivanje posode.

Poslovno področje **Izdelki za lase** je doseglo zelo močno organsko rast prodaje, in sicer v višini 5,1 odstotka. Segment za potrošnike je dosegel zelo močno rast, k čemur je najbolj prispevala kategorija barv za lase. Zelo močan razvoj je bil zabeležen tudi na področju profesionalnih izdelkov.

Poslovno področje **Druge potrošniške dejavnosti** je zabeležilo 0,5-odstotni pozitivni organski razvoj prodaje, predvsem zaradi znatne organske rasti prodaje v segmentu za nego telesa v regiji Severne Amerike.

Napovedi za skupino Henkel

Družba Henkel za tekoče leto še naprej pričakuje **organsko rast prodaje** med 1,0 in 3 odstotki. Za poslovno enoto Lepila in tehnologije pričakuje organsko rast prodaje v razponu od 1,0 do 3,0 odstotka. Za enoto Consumer Brands pričakujemo organsko rast prodaje od 0,5 do 2,5 odstotka.

Prilagojena donosnost prodaje (prilagojena marža EBIT) naj bi se še vedno gibala med 14,5 in 16,0 odstotka. Prilagojena donosnost prodaje bo po pričakovanjih znašala med 16,5 in 18,0 odstotka za Lepila in tehnologije in med 14,0 in 15,5 odstotka za Consumer Brands.

Prilagojeni dobiček na prednostno delnico (EPS) po stalnih menjalnih tečajih naj bi se še vedno povečal v razponu od nizkega do visokega enomestnega odstotka.

Poleg tega imamo za leto 2026 naslednja pričakovanja:

- Prevzemi/odprodaje: pozitiven učinek na nominalno rast prodaje v nizkem enomestnem odstotnem območju (prej: nevtralen do rahlo negativen učinek)
- Prevedba prodaje v tuje valute: negativen učinek v nizkem enomestnem odstotnem razponu
- Cene neposrednih materialov: visoka enomestna odstotna rast v primerjavi s povprečjem lanskega leta (prej: nizko enomestno odstotno povečanje)¹
- Stroški prestrukturiranja v višini od 150 do 200 milijonov evrov
- Odliv denarnih sredstev iz naložb v nepremičnine, opremo in naprave ter neopredmetena sredstva v višini med 650 in 750 milijoni evrov

Več o Henklu

Henkel s svojimi blagovnimi znamkami, inovacijami in tehnologijami zavzema vodilne položaje v industriji in maloprodaji po vsem svetu. Henklova poslovna enota Lepila in tehnologije je vodilna na svetovnem trgu lepil, tesnil in funkcionalnih premazov. Poslovna enota Consumer Brands zavzema vodilni položaj na številnih trgih in v številnih kategorijah po vsem svetu, zlasti na področju Pralna sredstva in čistila ter Izdelki za lase. Henklove tri najmočnejše blagovne znamke so Loctite, Persil in Schwarzkopf. V poslovnem letu 2024 je Henkel zabeležil prodajo v višini več kot 21,6 milijarde evrov in prilagojeni dobiček iz poslovanja v višini približno 3,1 milijarde evrov. Prednostne delnice družbe Henkel kotirajo na nemškem borznem indeksu DAX. Trajnostni razvoj ima v družbi Henkel dolgo tradicijo, podjetje pa ima jasno trajnostno strategijo s konkretnimi cilji. Henkel je bil ustanovljen leta 1876 in danes po svetu zaposluje približno 47.000 ljudi, ki jih združujejo močna korporativna kultura, skupne vrednote in enoten smoter: »Pioneers at heart for the good of generations.« Več podrobnosti je na voljo na spletni strani www.henkel.si

Ta dokument vsebuje izjave, ki se nanašajo na prihodnji poslovni razvoj, finančno uspešnost in druge dogodke ali razvoj, ki bodo v prihodnosti pomembni za družbo Henkel in lahko predstavljajo izjave, ki se nanašajo na prihodnost. Za izjave v zvezi s prihodnostjo je značilna uporaba besed, kot so pričakovati, nameravati, načrtovati, predvidevati, verjeti, ocenjevati in podobni izrazi. Take izjave temeljijo na trenutnih ocenah in predpostavkah vodstva družbe Henkel AG & Co. KGaA. Teh izjav nikakor ne gre razumeti kot jamstvo, da se bodo ta pričakovanja izkazala za točna. Prihodnje poslovanje in dejansko doseženi rezultati podjetja Henkel AG & Co. KGaA ter njegovih povezanih družb so odvisni od številnih tveganj in negotovosti, zato se lahko bistveno razlikujejo (tako v pozitivnem kot negativnem smislu) od izjav o prihodnosti. Na številne od teh dejavnikov družba Henkel nima vpliva in jih ni mogoče vnaprej natančno oceniti, kot so prihodnje gospodarsko okolje ter dejanja konkurentov in drugih udeležencev na trgu. Družba Henkel ne načrtuje in se ne zavezuje, da bo posodobila izjave, usmerjene v prihodnost.

Ta dokument vključuje dodatne finančne kazalnike, ki niso jasno opredeljeni v veljavnem okviru finančnega poročanja in so ali bi lahko bili alternativni kazalniki uspešnosti. Teh dopolnilnih finančnih kazalnikov ni dovoljeno obravnavati ločeno ali kot alternativne ukrepe za merjenje Henkelovih neto sredstev in finančnega položaja ali rezultatov poslovanja, kot so predstavljeni v skladu z veljavnim okvirom finančnega poročanja v njegovih konsolidiranih računovodskih izkazih. Druga podjetja, ki poročajo ali opisujejo podobno poimenovane alternativne kazalnike uspešnosti, jih lahko izračunavajo drugače.

Ta dokument je bil izdan zgolj v informativne namene in ni namenjen investicijskemu svetovanju ali ponudbi za prodajo ali nagovarjanju k ponudbi za nakup kakršnih koli vrednostnih papirjev.

Stik Jelena Gavrilović Šarenac
Telefon +381 60 207 22 09
E-pošta jelena.sarenac@henkel.com